

07.09.2023 - 16:57 Uhr

Studie zeigt: Erfolgreiche Unternehmen setzen auf Innovationen und die richtigen Wachstumshebel



Köln (ots) -

Erfolgreiche Unternehmen konzentrieren sich auf Marketing, Produkt, Pricing und Vertrieb, um Wachstum zu erzielen. Das zeigen die Ergebnisse für Deutschland der "European Growth Study 2023". Die europaweite Studie der globalen Strategieberatung Simon-Kucher gibt Einblicke in Wachstumsfelder und zeigt, in welchen Bereichen sich erfolgreiche Unternehmen von weniger erfolgreichen unterscheiden.

- Makroökonomische Entwicklungen bremsen unternehmerisches Wachstum
- Unternehmen sind weniger risikofreudig und setzen bei ihren Wachstumszielen eher auf bestehende Geschäftsfelder
- Die Nutzung neuer Technologien wie zum Beispiel Künstliche Intelligenz ist in den Unternehmen noch nicht vollständig angekommen

Unternehmen messen Wachstumshebeln aus den Bereichen Marketing, Produkt- und Dienstleistungsportfolio, Pricing sowie Vertrieb eine hohe Bedeutung bei. So bewerten 71 Prozent der Befragten Markenstrategie und Markenbekanntheit als wichtigen Wachstumshebel. Weniger erfolgreiche Unternehmen überschätzen der Studie zufolge jedoch die Wirkung der Marke als alleiniger Faktor und bewerten im Vergleich beispielsweise die Produktqualität als weniger wichtig. 63 Prozent der weniger erfolgreichen Unternehmen halten Markenstrategie und Markenbekanntheit für wichtige Faktoren, um Wachstum zu generieren.

Auch das Produkt- und Dienstleistungsportfolio spielt eine wichtige Rolle: Während die Mehrheit (89 Prozent) der erfolgreichen Unternehmen die Produkt- und Servicequalität als wichtigen Wachstumstreiber ansieht, tun dies nur 36 Prozent der weniger erfolgreichen Unternehmen.

Eine ähnliche Dynamik zeigt sich bei der Preisgestaltung. Weniger erfolgreiche Unternehmen setzen mit 28 Prozent deutlich seltener auf ein optimiertes Preismodell im Vergleich zu erfolgreichen Unternehmen (85 Prozent). Insgesamt wollen sechs von zehn Entscheider:innen einen Fokus auf ein optimiertes Preismodell legen. Knapp drei Viertel wollen auch weiterhin das Preisniveau an den Markt anpassen.

"Erfolgreiche Unternehmen sind deshalb erfolgreich, weil sie die Bedeutung von Commercial Excellence verstanden haben und sich viel stärker auf die Wachstumshebel in den Bereichen Marketing, Produkt, Pricing und Sales konzentrieren", sagt Dr. Gunnar Clausen, Managing Partner Zentral- und Nordeuropa bei Simon-Kucher. "Unternehmen, die ihre Wachstumsziele nicht erreichen, müssen diese Wachstumshebel analysieren und nutzen und ihr Geschäft damit konsequent am Kunden und am Markt ausrichten", so Clausen.

Makroökonomische Entwicklungen als Hürde für Wachstum

Fachkräftemangel (40 Prozent), Inflation (38 Prozent), Energiekrise und politische Instabilität (jeweils 37 Prozent) bremsen das Wachstum vieler deutscher Unternehmen. Dadurch rücken Themen wie Klima und Nachhaltigkeit immer mehr in den Hintergrund. Nur 20 Prozent der Unternehmen gelingt es, makroökonomische Ereignisse zu ihrem Vorteil zu nutzen.

69 Prozent der Unternehmen setzen primär auf organisches Wachstum

In unsicheren Zeiten bevorzugen Unternehmen in Deutschland eher das Altbekannte und konzentrieren sich auf ihr Kerngeschäft. So plant die große Mehrheit (69 Prozent) der Firmen vor allem aus eigener Kraft - also organisch zu wachsen. Dabei fokussieren sich ca. 60 Prozent auf den Status quo und setzen primär auf bestehende Geschäftsfelder, Kunden, Produkte und Regionen. Gleiches gilt für Gesamteuropa: Auch hier bewegen sich Unternehmen lieber auf bekanntem Terrain. Erfolgreiche Unternehmen hingegen agieren anders und erzielen Wachstum auch durch die Expansion in neue Geschäftsfelder, Kunden und Produkte.

Sieben von zehn deutschen Firmen sehen sich laut Studie dieses Jahr gut aufgestellt, um ihre Wachstumsziele zu erreichen. Fast zwei Drittel sind der Ansicht, im Vergleich zu direkten Wettbewerbern und der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland gleich oder sogar besser aufgestellt zu sein. "Ein verstärktes Streben nach organischem Wachstum zeigt einerseits, dass die Unternehmen Vertrauen in die eigene Stärke haben und optimistisch hinsichtlich ihrer Wachstumsaussichten sind", kommentiert Andreas von der Gathen, Co-CEO von Simon-Kucher. "Andererseits sind die Ergebnisse auch ein Frühwarnsignal für fehlende Investitionen, die notwendig sind, um Fortschritt anzukurbeln," so von der Gathen.

52 Prozent der Unternehmen planen, Künstliche Intelligenz anzuwenden

Um Wachstum zu erzielen, wollen deutsche Unternehmen künftig verstärkt neue Technologien nutzen. Das Interesse ist generell hoch. Am häufigsten vertreten sind heute: 5-G (34 Prozent), Cloud & Headless IT (33 Prozent), Internet of Things (29 Prozent), Big Data & Advanced Analytics (28 Prozent).

Die Studie zeigt auch: Künstliche Intelligenz (KI) verleiht der digitalen Transformation einen Schub. Mehr als jedes zweite Unternehmen (52 Prozent) plant, KI anzuwenden. Danach folgen auf der Beliebtheitskala der Digital-Trends Augmented & Virtual Reality, Internet of Things sowie der Ausbau von 5-G mit jeweils 49 Prozent.

"Erfolgreiche Unternehmen setzen stärker auf neue Technologien als andere. Die Unternehmen, die frühzeitig die Weichen für mehr Technologieoffenheit stellen, haben bessere Wachstumschancen als andere", sagt Clausen von Simon-Kucher.

Im europäischen Vergleich zeichnet sich alles in allem ein ähnliches Bild ab. So ist zu erkennen, dass sich erfolgreiche Unternehmen europaweit stärker auf die Wachstumshebel Marketing, Produkt, Pricing und Vertrieb konzentrieren. Ebenso sind europaweit die gleichen makroökonomischen Entwicklungen wie Fachkräftemangel oder Inflation wachstumshemmend. Homogen zu den deutschen Ergebnissen ist in Europa ebenfalls das Interesse an der Nutzung neuer Technologien.

Über die Studie

Dies sind die Ergebnisse der repräsentativen Studie "European Growth Study 2023" der globalen Strategieberatung Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut YouGov, das europaweit mehr als 1.300 Entscheider:innen (darunter 300 aus Deutschland) digital befragt hat.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus: "Unlocking better growth". Wir helfen unseren Kunden, verantwortungsvoll und nachhaltig zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb.

Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Roxana Müller (Communications & Marketing Manager)

Tel.: +49 160 92180752

Email: roxana.mueller@simon-kucher.com

Medieninhalte



Dr. Gunnar Clausen, Managing Partner bei Simon-Kucher / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/78805 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100910971> abgerufen werden.