Wertschöpfungsperspektiven für die Zukunft: Megatrends und nachhaltige Zukunftsmärkte

2. EFA.Dialog: Das neue Wachstum – Strategien für ein ressourcenschonendes Wirtschaften, 23. Januar, Duisburg, Haniel Akademie

Klaus Burmeister
Geschäftsführender Gesellschafter | Z_punkt GmbH The Foresight Company

punkt

Z_punkt The Foresight Company
Basic Facts

- **Beratungsunternehmen für strategische Zukunftsfragen.**
- **Seit 1997 erfolgreiche Unterstützung unserer Kunden in den Bereichen Strategie, Innovation und Leadership.**
- **Corporate Foresight verbindet strategisches Denken mit Erkenntnissen aus der Trend- und Zukunftsforschung.**
- **Branchenkompetenz in den Bereichen ICT, Energie, Chemie, Automobilindustrie, Handel, Banken und Konsumgüter.**

Z_punkt The Foresight Company
Unsere Kunden (Auswahl)

Deutsche Telekom	SIEMENS	TUI Aktiengesellschaft	Infineon technologies	Henkel A Brand like a Friend	HANIEL
VOLKSWAGEN AG	SAP	RWE	BMW Freude am Fahren	one	BertelsmannStiftung
Dresdner Bank Die Beraterbank	Deutsche Post World Net MAIL EXPRESS LOGISTICS FINANCE	BOSCH	BASF The Chemical Company	VATTENFALL	DekaBank
PHILIPS sense and simplicity	EVONIK INDUSTRIES	Bayer	METRO Group The Spirit of Commerce	mazda	DB BAHN
ZEISS	degussa.	ALSTOM	PRICEWATERHOUSECOOPERS	VAILLANT GROUP	SK telecom
BfN BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ	Freistaat Sachsen Staatskanzlei	LINZ		Bundesministerium für Bildung und Forschung	Fonds National de la Recherche Luxembourg

Zentrale Ergebnisse

Paradigmenwechsel in der Wertschöpfung

>> Die Krise der Banken und später der Wirtschaft und ganzer Staaten, mit der wir seit 2008 konfrontiert sind, wurde nicht zuletzt durch die grenzenlose Gier nach immer höheren Gewinnen an den Kapitalmärkten ausgelöst. So erfolgreich das marktwirtschaftliche Modell ist – und niemand kann im Ernst seine Abschaffung fordern –, sosehr beruht es auf Mechanismen, die, wenn sie nicht kontrolliert und begrenzt werden, im Wortsinn unmenschliche Konsequenzen hervorbringen.

Das grenzenlose Profitstreben, für das es keinen automatischen Haltepunkt gibt, die Erzeugung immer neuer Bedürfnisse in der Konsumgesellschaft und der Raubbau an den auf der Erde verfügbaren natürlichen Ressourcen, sie alle führen zu Zuständen, die für das menschliche Wohlergehen und sogar für das menschliche Überleben bedrohlich sind. <<

Wolfgang Schäuble,
Christ & Welt, ZEIT-Beilage, 51/2011

01

Megatrends als Taktgeber des Wandels

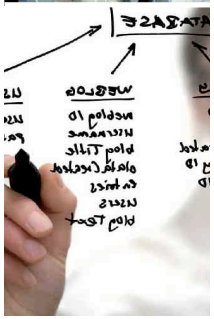
Megatrends
Die zentralen Treiber des Wandels

GESELLSCHAFT

- Demographischer Wandel
- Frauen auf dem Vormarsch
- Kulturelle Vielfalt
- Neue Mobilitätsmuster

KONSUMENTEN

- Nächste Stufe der Individualisierung
- Neue Konsummuster
- Boomende Gesundheit



BUSINESS

- Wissensbasierte Ökonomie
- Wandel der Arbeitswelt
- Business-Ökosysteme

TECHNOLOGIE

- Digitales Leben
- Konvergenz von Technologien
- Lernen von der Natur
- Ubiquitäre Intelligenz

GLOBALISIERTE WELT

- Globalisierung 2.0
- Urbanisierung
- Neue politische Weltordnung
- Wachsende Sicherheitsbedrohungen

UMWELT

- Umsteuern bei Energie und Ressourcen
- Klimawandel und Umweltbelastung

Megatrends
Urbanisierung

In Städten lebende Menschen weltweit:

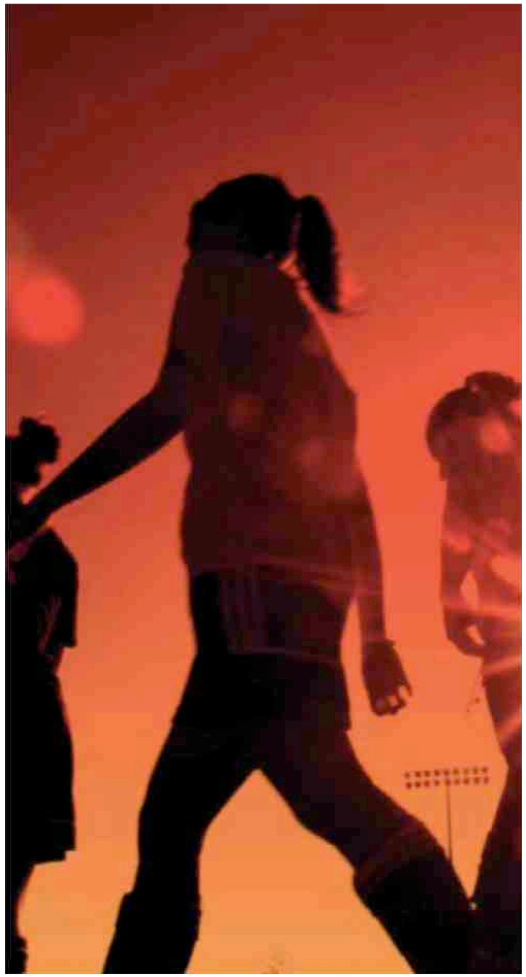
1975:
38%

2008:
50%

2030:
66%

➡ 20 der 30 größten Städte liegen heute in Asien und Lateinamerika!

Megatrends
Neue Stufe der Individualisierung



Auf dem Weg zur Do-It-Yourself-Ökonomie

- Vom Konsument zum Prosument
- (High-Tech)-Selbermacher-Boom: Es gibt immer was zu tun!
- Mikropreneure + Social Commerce
- Neuer „Geist“ der Autarkie: Jedermann ein Energieerzeuger?

3D-Drucker

punkt

Megatrends
Neue Mobilitätsmuster

Die junge Generation verliert das Interesse am Auto

7 %
aller Neuwagenkäufer waren 2009 im Alter zwischen 18 und 29 Jahren. 10 Jahre vorher war der Anteil noch doppelt so hoch.

Kraftfahrt-Bundesamt 2010

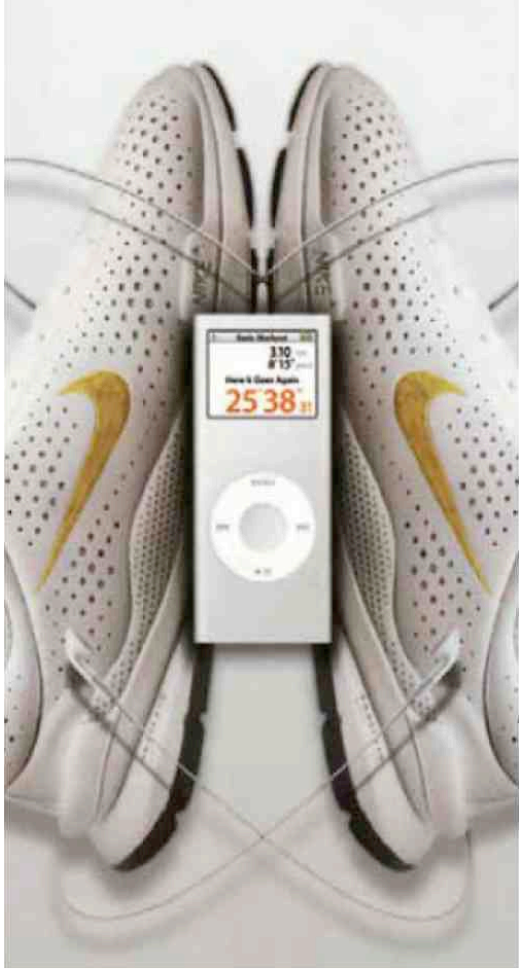
80 %
der befragten 20-29 Jährigen sind der Meinung, dass man in Städten aufgrund des ÖPNV-Angebotes auf ein Auto verzichten kann.

Spiegel Online 2010

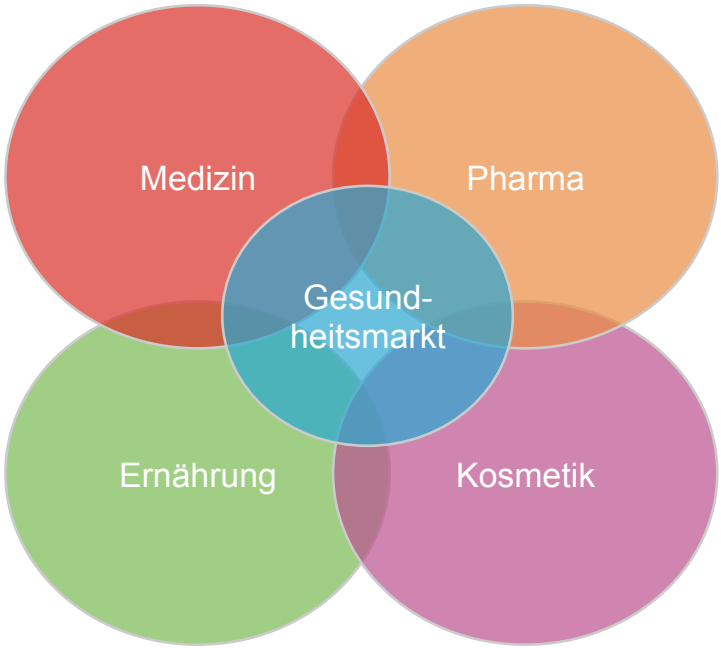
90 %
der 14-29 Jährigen können sich ein Leben ohne Auto vorstellen, aber nur 10 % ein Leben ohne Internet und Handy.

Bitkom 2010

Megatrends
Business Ökosysteme



Die Grenzen zwischen Branchen, Märkten und Unternehmen lösen sich tendenziell auf.



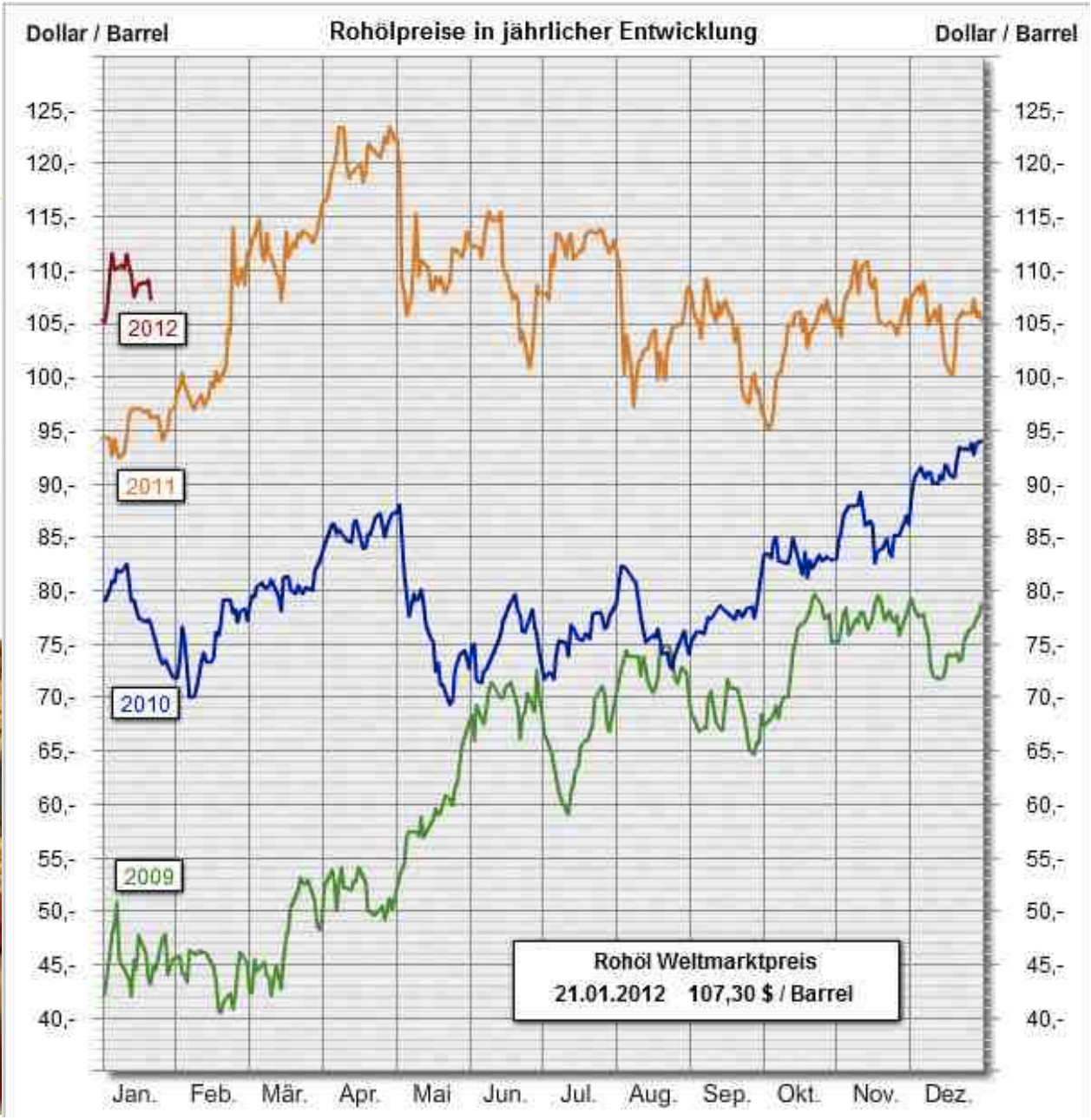
Beispiel:
Konvergenzmarkt
Gesundheit

Neue Märkte und Geschäftschanchen entstehen an den Schnittstellen!

02

Nur der Wandel ist konstant

Die Zukunft ist volatil



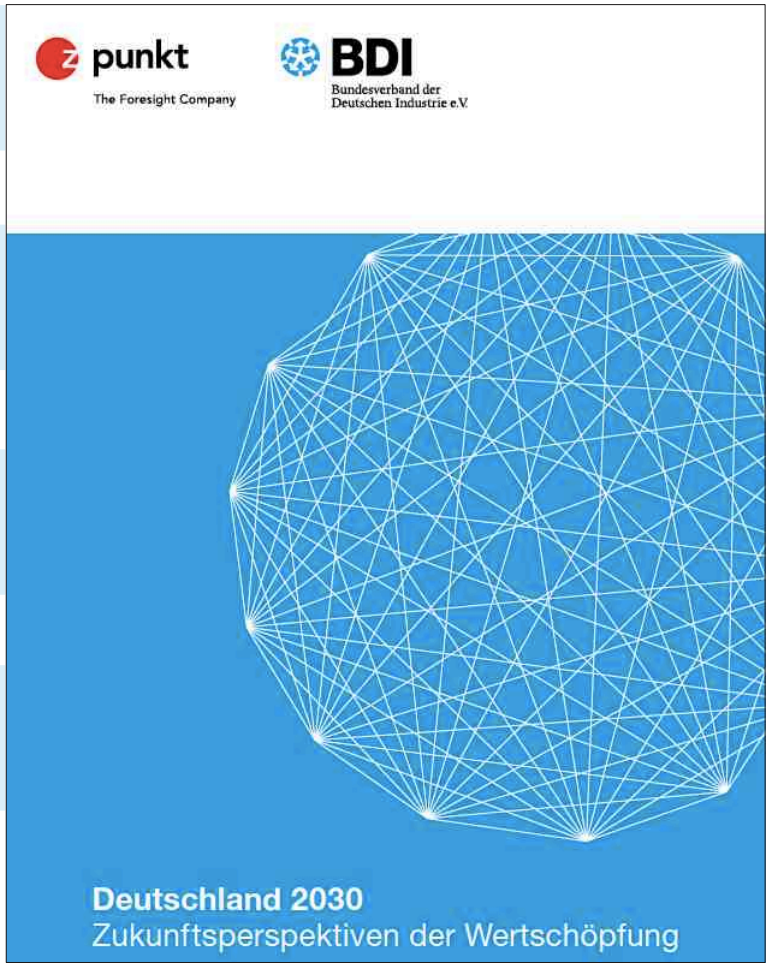
03

Kennzeichen der Wandels: Volatilität und Disruptionen

Zukunft der Wertschöpfung in Deutschland 2030*

Ziele der Studie

1. Frühzeitiges Erkennen von Disruptionspotenzialen.
2. Identifizieren relevanter Handlungsfelder.
3. Aufzeigen möglicher Auswirkungen auf die Wertschöpfung in der Perspektive bis 2030.
4. Ableiten einer Innovationsstrategie und Aufzeigen des Forschungsbedarfs.



* Die Studie „Wertschöpfung 2030“ erfolgte im Auftrag des BDI-Arbeitskreises für Forschung, Innovation und Technik.
http://bdi.eu/download_content/Marketing/Deutschland_2030.pdf

Zentrale Ergebnisse

Disruptionspotentiale für die Wertschöpfung

Gesundheit und Ernährung	Personalisierte Medizin (z. B. individualisierte Medikamente)	↑	↑
	Weniger öffentliche Gesundheitsversorgung	→	→
	Neue Systemanbieter	↑	→
	Zusammenwachsen von Pharma, Gen- und Biotech sowie Nahrungsmitteln	→	↑
	Nachhaltige Ernährungswirtschaft	↓	↑
	Verknappung von Agrarrohstoffen	→	↑
Kommunikation	Individualisierung der Mediennutzung	↑	→
	Internet der Dinge	↑	↑
	Communitybasiertes Kundenverhalten	↑	↑
	Wissensbasierte Systeme in der Produktion	↑	↑
Übergreifende Rahmenbedingungen	Mangelnde Technologieakzeptanz	→	↑
	Fachkräftemangel	↑	↑
	Finanz- und Währungsprobleme	↓	↓
	Unsicherheiten im internationalen Handel	↓	↓
	Internalisierung von Umweltkosten (z. B. Schäden durch CO_2)	↑	↑

wiwo, 11.01.2012, Quelle: BDI, Z_punkt 2011: Wertschöpfung 2030

Zentrale Ergebnisse

Disruptionspotentiale für die Wertschöpfung

Umbrüche auf wichtigen Absatzmärkten der deutschen Industrie und ihre Folgen für die heimische Wertschöpfung sowie die Beschäftigung bis 2030

↑ positive Effekte überwiegen ↓ negative Effekte überwiegen → Effekte heben sich auf

		Wertschöpfung	Beschäftigung
Mobilität	Vom Fahrzeugbau zur Mobilitätsdienstleistung	↓	↓
	Wettbewerber aus anderen Branchen	↓	↓
	Automatisierung des Verkehrs	↑	↑
	Viel weniger Verkehrsaufkommen	↓	↓
	Neue Logistiksysteme	↑	↑
	Integration von Mobilitäts- und Energienetzen	↑	↑
	Elektromobilität	↓	↓
Energie	Dezentralisierung der Versorgung	→	↑
	Weltweiter Umstieg auf erneuerbare Energien	↑	↑
	Hohe Abhängigkeit von Energieimporten	↓	↓
	Verschärfter Kampf um neue Rohstoff- und Energiequellen	↓	↓
	Technologien zur CO_2-Verwertung	↑	↑

wiwo, 11.01.2012, Quelle: BDI, Z_punkt 2011: Wertschöpfung 2030

Beispiel: Hightech-Strategie der Bundesregierung
Bedarfsfeld Mobilität: Ausgangslage 2012

Mobilität 2030

Herausforderung: Umweltbelastungen und Klimawandel

Hohe Umweltbelastungen, insbesondere in urbanen Ballungsräumen

- Steigende physische und psychische Belastungen durch Verkehrslärm, Luftverschmutzung und Stress
- Megacity Bejing: Derzeit werden rund 50% der gesamten Schadstoffemissionen durch den Straßenverkehr erzeugt

Fossiler Verkehr ist signifikanter Treiber des Klimawandels

- Seit 1990 sind die verkehrsbedingten CO_2-Emissionen in der EU um knapp 30% gewachsen (Eurostat 2010)
- Weltweit ist der Verkehrssektor für rund 23% aller CO_2-Emissionen verantwortlich (IEA 2009)
- Prognosen zufolge werden die globalen, verkehrsbedingten CO_2-Emissionen bis 2030 um 40% weiter wachsen (IEA 2009)

Mobilität 2030

Herausforderung: Fehlende Intermodalität

Mangelnde intelligente Vernetzung von Verkehrssystemen

- Derzeitige Verkehrssysteme und –träger sind noch immer zu sehr als Einzelsysteme ausgelegt und verfügen über keine oder zu wenig Vernetzung untereinander
- Holistische Mobilitätskonzepte und intelligente Verkehrsleitsysteme scheitern primär an der mangelnden Kooperationsbereitschaft der Anbieter

Unzureichende Angebote im ÖPNV

- In einer Vielzahl von Städten ist das ÖPNV-Angebot nur unzureichend ausgebaut und entspricht oft nicht den Mobilitätsbedürfnissen der Nutzer
- Das Hauptproblem bildet wiederum die insuffiziente Vernetzung der einzelnen Verkehrsträger

Mobilität 2030: Herausforderungen

Neue Wertschöpfungsmuster

- Postfossile Antriebssysteme verändern radikal die Produktionsbasis und setzen die Zukunft der Wertschöpfung nicht nur für die Autoindustrie auf die Agenda
- Branchenübergreifende Akteure (chinesische OEMs, Energieversorger, IT-Unternehmen, Chemieunternehmen), neue Kooperationsformen und Wertschöpfungspartnerschaften zur Gestaltung von Geschäftsmodellinnovationen als Garanten des Wandels
- Ein neuartiges Forschungs- und Innovationssystem, Partizipation und frühzeitige Nutzerintegration, nachhaltige Systemlösungen sowie intermodale Mobilitätslösungen für urbane Ballungsräume stehen im Focus
- Die Zukunft ist volatil! Weiterhin werden vor allem Öl- und Rohstoffpreise, politische Regulierungen und Folgen des Klimawandels die (Auto-)Mobilität 2030 prägen.

04

Paradigmenwechsel in der Wertschöpfung 2030

Zukunft der Wertschöpfung

Paradigmenwechsel in der Wertschöpfung

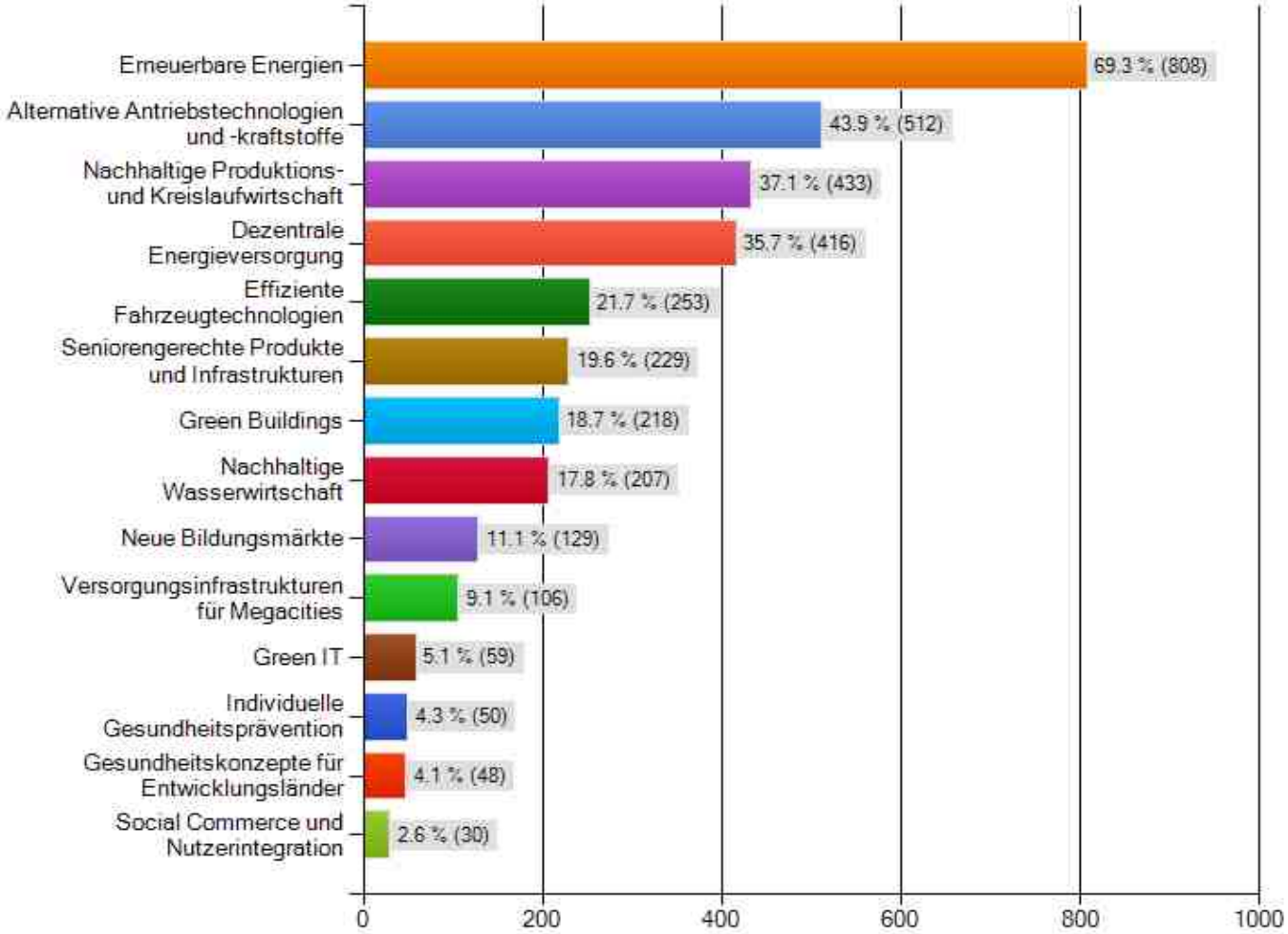
1. Branchenübergreifendes Kooperationsmanagement wird zum kritischen Erfolgsfaktor in wertschöpfungsorientierten Innovationssystemen
2. Systemisches und ganzheitliches Verständnis von Innovation ist gefordert.
3. Lösungen müssen nachhaltig sein.
4. Neue Interessenallianzen und Geschäftsmodelle markieren den Übergang vom Shareholder- zum Stakeholder Value
5. Der klassische Planungsprozess wandelt sich hin zum Management von Komplexität.

05

Charakteristika nachhaltiger Zukunftsmärkte

Charakteristika nachhaltiger Zukunftsmärkten

Nachhaltigkeit als zentraler Erfolgsfaktor



Nachhaltige Zukunftsmärkte sind auch **Wachstumsmärkte**

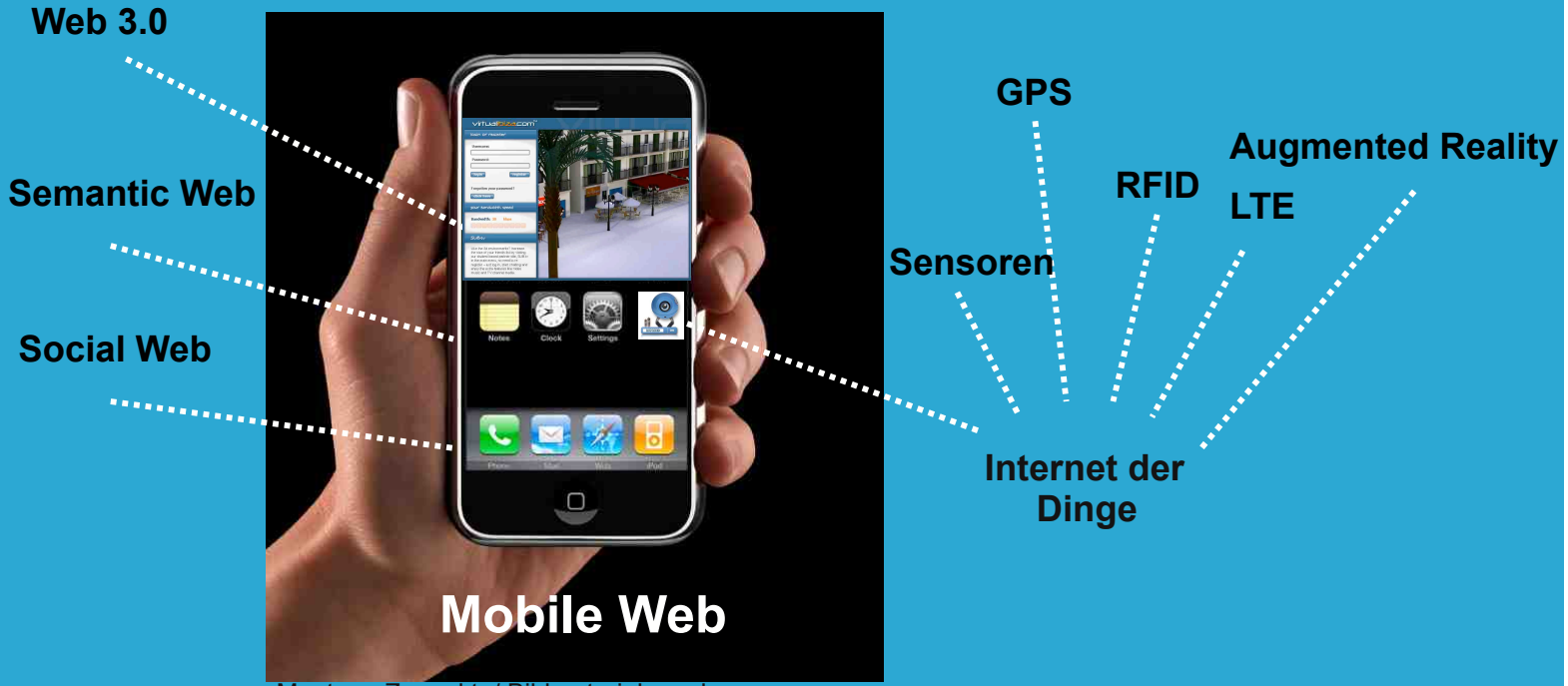
Nachhaltige Zukunftsmärkte: Ergebnisse einer Umfrage in Kooperation mit der SZ und für die HypoVereinsbank (2011)

punkt

Charakteristika von Zukunftsmärkten

Neue Wertschöpfungsmuster und Geschäftsmodell-Innovationen

Die Schnittstelle der Zukunft als Plattform für Zukunftsmärkte:
E-Mobilty, E-Energy, E-Health, E-Social Commerce, E-Banking



Montage Z_punkt / Bildmaterial: apple.com

Charakteristika von Zukunftsmärkten

Städte und Regionen als Enabler für nachhaltige Zukunftsmärkte

Enabler ermöglichen Akzeptanz durch Partizipation, Zugang und Umsetzung sowie eine beteiligungsorientierten Innovationskultur

punkt

Nachhaltiger Wandel benötigt Kommunikation

Partizipation als Einstieg in eine nachhaltige Wirtschaft

>> Bei Großprojekten oder ganz neuen Technologien müssen Staat und Unternehmen jedoch durch Aufklärung für Transparenz sorgen und sich einem echten Dialog und neuen Formen der Beteiligung der Bürger stellen. Die Technologie wird künftig Sprünge machen, die bisherige Werte infrage stellen. Ohne Konsens werden die nicht eingeführt, und Deutschland fällt wirtschaftlich zurück. <<

Henning Kagermann
Ehemaliger SAP-Chef, acatech-Präsident und Leiter des Innovationsdialoges der Bundesregierung,
wiwo, 22.01.2012

Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit!

Klaus Burmeister
burmeister@z-punkt.de

Z_punkt GmbH
Anna-Schneider-Steig 2
D-50678 Köln
Tel.: +49 221 355 534 10

punkt