

## PRESSEMITTEILUNG

8. Dezember 2021

### **McKinsey-Umfrage: Entscheider setzen auf Neugründungen, um Wachstum anzukurbeln**

- Für 55% der europäischen Unternehmensentscheider:innen ist der Aufbau neuer Geschäfte und Unternehmen Top-3 Priorität
- Befragte aus Europa erwarten bis 2026 Umsatzanteil durch neue Geschäfte von 43%
- Nur 14% der neuen Unternehmen stehen unter weiblicher Leitung

DÜSSELDORF. Entscheider:innen weltweit setzen auf den Aufbau neuer Geschäfte, um zukünftige Wachstumschancen zu realisieren. New Business Building im Sinne des Aufbaus neuer Produkte, Services, Geschäftsmodelle oder Unternehmen hat für Entscheider:innen weltweit höchste strategische Relevanz: Für mehr als die Hälfte ist der Aufbau neuer Geschäfte und Unternehmen eine der drei wichtigsten strategischen Prioritäten. Dies ist das Ergebnis der Studie "State of New Business Building" von Leap by McKinsey, die nach 2020 zum zweiten Mal veröffentlicht wurde. Für die Studie wurden weltweit über 1.100 Geschäftsführer:innen und Bereichsleiter:innen zu allen Aspekten des New Business Buildings befragt, darunter 300 aus Europa und 45 aus Deutschland. Leap by McKinsey arbeitet mit etablierten Organisationen zusammen, um innovative Unternehmen von der Idee bis zur Skalierung aufzubauen. Die über 700 Gründer:innen, Designer:innen, Ingenieur:innen, Marketer und Analytics-Expert:innen von Leap kombinieren ihre Fähigkeiten mit der Expertise der globalen Unternehmensberatung McKinsey & Company in den Bereichen Business, Design und Technologie.

Ein Viertel der CEOs weltweit betrachtet die aktive Integration neuer Produkte und Dienstleistungen oder den Aufbau völlig neuer Geschäftsmodelle und Unternehmen in ihre laufenden Strategien gar als oberste strategische Priorität - mehr als doppelt so viele wie vor einem Jahr. In Europa priorisieren etwa 79% der Entscheider:innen den Aufbau neuer Unternehmen als Mittel zum Schutz vor großen Disruptionen durch neue Marktteilnehmer:innen. Das Potenzial ist enorm: Bis 2026 erwarten die Befragten, dass 50% des weltweiten Umsatzes Produkten, Dienstleistungen und Unternehmen entstammen werden, die es heute noch nicht gibt. In Europa liegt der Wert bei 43%.

„Neue Unternehmen, Produkte und Services stimulieren das Wachstum. Die globale Pandemie hat diesen Trend nachdrücklich gestärkt. Unternehmen müssen auf die sich ändernden Kunden- und Marktanforderungen reagieren und den Fokus stärker auf den Aufbau von Neugeschäften richten, um weiter erfolgreich zu sein und Umsatzwachstum zu sichern“, sagte Ralf Dreischmeier, Senior Partner im Londoner Büro von McKinsey und globaler Leiter von Leap by McKinsey. „Auch wenn vielen Verantwortlichen klar ist, wie wichtig New Business Building für den zukünftigen Unternehmenserfolg ist, müssen die Vorhaben auch umgesetzt werden. Führungskräfte, insbesondere CEOs, müssen sich aktiv am Aufbau neuer Geschäfte beteiligen. Denn globale Herausforderungen wie Nachhaltigkeit, Vielfalt und Inklusion brauchen nicht nur eine Vision, sondern aktive

Unterstützung von oben“, sagt Markus Berger-de León, Leap-Partner im Berliner Büro von McKinsey und erfahrener Seriengründer.

### **Weitere Ergebnisse der Studie sind:**

**Nachhaltigkeit** — Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit im Zuge der Entwicklung neuer Business-Building-Strategien bietet enorme Chancen, doch Entscheider:innen nutzen die Gelegenheit noch nicht ausreichend. Während 93% der europäischen Befragten Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil neuer Geschäftsmöglichkeiten berücksichtigen wollen, messen nur 15% ihre Ziele im Zusammenhang mit dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ihres Unternehmens oder anderen Auswirkungen auf die Umwelt.

„Führungskräfte auf der ganzen Welt schenken dem Thema Nachhaltigkeit immer mehr Aufmerksamkeit. Kunden sind hier häufig schon einen Schritt weiter und werden Nachhaltigkeitskriterien bei zukünftigen Kaufentscheidungen deutlich stärker berücksichtigen. Vor allem bei neuen Geschäften müssen Entscheider:innen, Nachhaltigkeitsfortschritte genau so verfolgen und kommunizieren, wie es es bei anderen Produkten und Dienstleistungen längst Standard ist“, sagt Ralf Dreischmeier.

**Struktur & Diversität** — Die Studie zeigt zudem, wie Unternehmen bei der Gründung neuer Geschäfte erfolgreich sein können. Dazu gehören die Priorisierung der Unterstützung durch die Geschäftsführungsebene, der Aufbau einer effektiven Organisationsstruktur, die Verfolgung aktiver Akquisitionen, ein besseres Verständnis für die Kunden und die Einstellung der Führungskräfte.

Auch wenn es für Unternehmen unerlässlich ist, die Fülle an Möglichkeiten zum Aufbau neuer Geschäfte zu nutzen, bleibt die Gründung von neuen erfolgreichen Unternehmen ein schwieriges Unterfangen. So erreicht aktuell nicht mal jedes fünfte Unternehmen vier Jahre nach seiner Gründung einen Jahresumsatz von 50 Millionen US-Dollar.

Um sicherzustellen, dass neue Geschäftseinheiten die gesetzten Ziele erreichen, sind Erfahrung und Unterstützung durch Muttergesellschaften von entscheidender Bedeutung:

- Überall auf der Welt erzielen Seriengründer:innen mit Erfahrung aus drei oder mehr Corporate-Venture-Gründungen deutlich mehr Umsatz (1,4x) als ihre weniger erfahrenen Kolleg:innen.
- Darüber hinaus ist es wichtig, bei der Auswahl von Führungskräften auf Diversität zu achten. So übertreffen von Frauen geführte neue Unternehmen ihre Mitbewerber um 10% in den Kategorien Skalierung und Wachstum, wie die Befragten konstatieren. Trotz dieser Zahlen sind Frauen auf Geschäftsführungsebene nach wie vor stark unterrepräsentiert. Nur 14% der neuen Unternehmen stehen unter weiblicher Leitung.
- CEOs von Mutterunternehmen, die das neue Unternehmen schützen, indem sie zweckgebundene Investitionen für das neue Unternehmen bereitstellen, nach innen realistische Erwartungen kommunizieren, langfristiges Wachstum schneller Rentabilität vorziehen und das neue Unternehmen öffentlich unterstützen, sind viel wahrscheinlicher erfolgreich als andere Unternehmensleiter:innen.

Die gesamten Ergebnisse der 2021er Studie "State of New-Business Building" finden Sie hier: <https://www.mckinsey.com/leap-state-of-nbb>

### **Über McKinsey**

McKinsey ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung, die Organisationen dabei unterstützt, nachhaltiges, integratives Wachstum zu erzielen. Wir arbeiten mit Klienten aus dem privaten, öffentlichen und sozialen Sektor zusammen, um komplexe Probleme zu

lösen und positive Veränderungen für alle Beteiligten zu schaffen. Wir kombinieren mutige Strategien und transformative Technologien, um Unternehmen dabei zu helfen, Innovationen nachhaltiger zu gestalten, dauerhafte Leistungssteigerungen zu erzielen und Belegschaften aufzubauen, die für diese und die nächste Generation erfolgreich sein werden. In Deutschland und Österreich hat McKinsey Büros in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Weltweit arbeiten McKinsey Teams in mehr als 130 Städten und 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist seit Juli 2021 Bob Sternfels. Managing Partner für Deutschland und Österreich ist seit März 2021 Fabian Billing.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

---

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:  
Philipp Hühne, Telefon 0211 136-4486,  
E-Mail: [philipp\\_huehne@mckinsey.com](mailto:philipp_huehne@mckinsey.com)  
[www.mckinsey.de/news](http://www.mckinsey.de/news)

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>