

Konzerne streben trotz Herausforderungen hohes Wachstum in Emerging Markets an

Utl.: BCG-Studie: Bei vielen Unternehmen besteht deutliche Lücke zwischen Wachstumsanspruch in den Emerging Markets und lokalem Kompetenzprofil =

Wien (OTS) - Emerging Markets im Fokus: Mehr als drei Viertel (78 Prozent) der international agierenden Unternehmen erwarten, dass sie künftig ihren Marktanteil in den Emerging Markets steigern werden. Doch nur 13 Prozent von ihnen fühlen sich gewappnet, um sich in diesen Märkten gegenüber lokalen Wettbewerbern erfolgreich zu behaupten. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie *Playing to Win in Emerging Markets* der Boston Consulting Group (BCG), die auf einer Umfrage unter mehr als 150 Führungskräften international tätiger Unternehmen beruht.

Die Ergebnisse verdeutlichen die Diskrepanz zwischen den Ambitionen globaler Konzerne in den Emerging Markets und den erforderlichen Erfolgsfaktoren. In den Konzernen weiß man, dass zur Förderung des eigenen Wachstums die aufstrebenden Märkte benötigt werden - aber man hat noch kein Erfolgsrezept gefunden. So macht beispielsweise das Geschäft in den Emerging Markets durchschnittlich 28 Prozent der Erträge in den befragten Unternehmen aus, doch nur neun Prozent der Führungsmannschaften haben ihren Sitz dort.

"Die Emerging Markets tragen aktuell zu rund 40 Prozent des globalen BIP und zu einem noch höheren Anteil des BIP-Wachstums bei. Viele dieser Märkte werden von ambitionierten lokalen Wettbewerbern dominiert, die meist über hervorragendes lokales Wissen und solide Beziehungen zur öffentlichen Hand bei zugleich geringen Kostenstrukturen verfügen. Internationale Konzerne haben daher keine leichte Aufgabe", sagt Nikolaus Lang, Senior Partner bei BCG und Leiter der Praxisgruppe Global Advantage.

Die BCG-Experten baten mehr als 150 Führungskräfte, die relative Bedeutung von 13 Fähigkeiten in den Emerging Markets und die tatsächliche Performance ihres Unternehmens in diesen Kategorien zu bewerten. Dabei zeigte sich, dass die Fähigkeiten, die als die wichtigsten angesehen wurden, zugleich diejenigen sind, in denen die Unternehmen ihrer eigenen Einschätzung nach am schwächsten sind.

Insbesondere gaben die Befragten an, dass in ihren Unternehmen das größte Performance-Defizit im Bereich Mitarbeitergewinnung und -haltung lokaler Mitarbeiter besteht.

Darüber hinaus sehen Führungskräfte Verbesserungspotenzial hinsichtlich der Entwicklung starker lokaler Führungskräfte, des Aufbaus lokaler Geschäftsmodelle und der Entwicklung von Wachstums- und Realisierungsplänen - alles Fähigkeiten, in denen die Performance-Lücke größer als 20 Prozent ist. Tatsächlich geht keiner der Befragten davon aus, dass sein Unternehmen alle erforderlichen Fähigkeiten besitzt, um die gesetzten Ziele in den Emerging Markets zu erreichen.

"Unsere Befragung verdeutlicht die Herausforderungen, vor denen Unternehmen in den Emerging Markets stehen, und wie wichtig es ist, sie anzugehen", erklärt Nikolaus Lang.

Zwtl.: Viele Märkte - viele Prioritäten

Trotz des verlangsamten Wachstums bleibt China der wichtigste aufstrebende Markt für international tätige Konzerne. Mehr als vier von fünf Konzernen (83 Prozent) nannten China als wichtigen Markt. Brasilien und Indien wurden von jeweils 57 Prozent der Führungskräfte als wichtige Emerging Markets genannt, gefolgt von Südostasien (46 Prozent) und Russland (42 Prozent) auf dem vierten und fünften Platz der Emerging-Markets-Rangliste.

"Aufgrund der Größe seiner Wirtschaft und des schnellen Wachstums der Mittelschicht sowie der wohlhabenden Bevölkerung bleibt China die Destination der Wahl für die meisten Konzerne", sagt BCG-Experte Nikolaus Lang. "Andere Märkte bekommen ebenfalls mehr und mehr Aufmerksamkeit, doch China bietet nach wie vor die meisten Möglichkeiten."

Rund ein Drittel der befragten Unternehmenslenker nannte Mexiko als höchste Priorität. Ein Viertel bewertet den Nahen Osten und Nordafrika, Lateinamerika (exkl. Brasilien und Mexiko) sowie Osteuropa als wichtige Märkte. Die subsaharischen Länder Afrikas gewinnen ebenfalls an Bedeutung: 17 Prozent der Befragten messen dieser Region eine hohe Priorität bei.

Zwtl.: Zur Untersuchung

Die befragten 156 Führungskräfte sind für eine große Bandbreite internationaler Konzerne tätig, unter anderem aus den Bereichen Investitionsgüter (37 Prozent), Konsumgüter (22 Prozent), Technologie, Medien und Telekommunikation (zehn Prozent), Finanzdienstleistungen (neun Prozent) sowie Gesundheitswesen, Dienstleistungen und Energie (je sechs Prozent). Rund ein Drittel von ihnen ist bei einem Unternehmen mit Sitz in den USA/Kanada beschäftigt, rund die Hälfte für Unternehmen tätig, deren Zentrale in Westeuropa liegt, sieben Prozent für Unternehmen in Japan, drei Prozent für Unternehmen in anderen entwickelten Märkten der Region Asien/Pazifik und elf Prozent für Unternehmen mit Hauptsitz in den Emerging Markets. 47 Prozent der Teilnehmer arbeiten für Unternehmen mit jährlichen Erträgen von mehr als zehn Milliarden US-Dollar, ein Drittel für Unternehmen mit einem Umsatz von einer bis zehn Milliarden US-Dollar.

The Boston Consulting Group (BCG) ist eine internationale Managementberatung und weltweit führend auf dem Gebiet der Unternehmensstrategie. BCG unterstützt Unternehmen aus allen Branchen und Regionen dabei, Wachstumschancen zu nutzen und ihr Geschäftsmodell an neue Gegebenheiten anzupassen. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt BCG individuelle Lösungen. Gemeinsames Ziel ist es, nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu schaffen, die Leistungsfähigkeit des Unternehmens zu steigern und das Geschäftsergebnis dauerhaft zu verbessern. BCG wurde 1963 von Bruce D. Henderson gegründet und ist heute an 78 Standorten in 43 Ländern vertreten. Das Unternehmen befindet sich im alleinigen Besitz seiner Geschäftsführer. In Deutschland und Österreich erwirtschaftete BCG im Jahr 2012 mit 1.060 Beraterinnen und Beratern einen Umsatz von 490 Millionen Euro. Für weitere Informationen: www.bcg.at

In ihrem Internetportal bcgperspectives.com bündelt die Boston Consulting Group alle unternehmenseigenen Studien, Kommentare, Grafiken und Videos und stellt sie online zur Verfügung. Neben Publikationen zu aktuellen Wirtschafts- und Unternehmensthemen beinhaltet die Plattform auch Veröffentlichungen aus der 50-jährigen Unternehmensgeschichte. Das Onlineportal findet sich unter www.bcgperspectives.com.

~

Rückfragehinweis:

Mag. Katharina Sacken

Marketing Manager

THE BOSTON CONSULTING GROUP

Am Hof 8, 1010 Vienna - Austria

Tel. +43 1 537 56 8163 - Mobile +43 676 5797311

mailto:sacken.katharina@bcg.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/6121/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0049 2013-09-17/09:58

170958 Sep 13

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20130917_OTS0049