

MEIN TEAM. UNSERE IMPFUNG.

Alle Informationen: wko.at/unsere-impfung

IMPFTAGE
am 10.12.21
und 11.12.21

JETZT
MITMACHEN
UND GEWINNEN



Gewerbliche Dienstleister

Megatrends für gewerbliche Dienstleister

Herausforderungen und Strategien

Nichts bleibt so wie es ist. Wir stehen vor den größten Herausforderungen und sind aufgerufen, die Zukunft unserer Branchen und Berufsgruppen bestmöglich auszurichten. Die Identifizierung und Darstellung gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Trends wird auch für den unternehmerischen Erfolg immer wichtiger. Es gilt, sich zeitgerecht mit Szenarien für eine positive Gestaltung auseinanderzusetzen.

Im Rahmen des 1. bundesweiten Fachtages der gewerblichen Dienstleister am 27.9.2019 in Waidhofen an der Ybbs (NÖ) stellte Mag. Silvio Kirchmair, CEO der Firma UMDASCH STORE MAKERS, in einer kurzweiligen Key Note mit dem Titel „Gib nicht deinen Senf dazu, wenn du das Würstchen bist“ bestehende Megatrends wie Bevölkerungswachstum, Urbanisierung, Digitalisierung oder die Verschiebung der wirtschaftlichen Gewichte vor und zeigte eindrucksvoll deren Bedeutung auf die gewerblichen Dienstleister sowie mögliche Strategien zur positiven Bewältigung zukünftiger Herausforderungen auf.

Nachstehend stellen wir Ihnen ein paar wesentliche Eckpunkte und Aussagen dieses Vortrages, dessen Präsentation heruntergeladen werden kann, vor:

I. Megatrends

Was ist ein Megatrend?

- Langfristige Entwicklung (mehr als eine Generation) > 50 Jahre
- Mit hohem Einfluss auf Gesellschaft, Wirtschaft und Leben
- Globale Auswirkung
- Zumeist ein Bündel von multidimensionalen Aspekten und mehreren Trends

Welche Megatrends lassen sich identifizieren?

- Urbanisierung
- Globalisierung
- Individualisierung
- Regionalisierung
- Demographischer Wandel (Gesundheit)
- Digitalisierung (Daten- und Algorithmenzeitalter)
- Bevölkerungswachstum (Migration und Erderwärmung)
- Fokus- und Vertrauensverlust
- Verschiebung der wirtschaftlichen Gleichgewichte

Urbanisierung & demographischer Wandel

- **Entwicklung der Urbanisierung bis 2050**
 - 1990 lebten 4 von 10 Menschen im städtischen Bereich
 - 2010: 5 von 10
 - 2030: 6 von 10
 - 2050: 7 von 10
- **Entwicklung der Weltbevölkerung bis 2050**
 - 1990: 5,3 Mrd.
 - 2015: 7,3 Mrd.
 - 2030: 8,5 Mrd.
 - 2050: 9,7 Mrd.
- **Entwicklung der Weltbevölkerung der Regionen bis 2050**
 - Europa: - 4 %
 - Asien: + 20 %
 - Nordamerika: + 26 %
 - Südamerika: + 27 %
 - Ozeanien: + 48 %
 - Afrika: + 115 %
- **Entwicklung der demographischen Zusammensetzung bis 2025**
 - Bis 2025 wächst die Weltbevölkerung um ca. 1 Mrd.
 - 300 Mio. davon werden 65 Jahre oder älter sein
- **Entwicklung des Medianalters der Bevölkerung 2013 - 2050**
 - Europa: 40 -> 46
 - Asien: 29 -> 40
 - Nordamerika: 37 -> 41
 - Südamerika: 27 -> 41
 - Ozeanien: 32 -> 37
 - Afrika: 19 -> 25

Verschiebung der wirtschaftlichen Gewichte

- Das (Wirtschafts)Wachstum findet nicht in Europa statt, Afrika wird neben Asien Ende dieses Jahrhunderts der größte Wirtschaftsraum sein
- Globalisierung und Regionalisierung ereignen sich parallel
- Fokus auf asiatische und afrikanische Sprachen bei den Sprachdienstleistern
- Einbinden von Zeichenkräften aus Asien und Afrika für die Zeichenbüros
- Aufbau Call-Center in Indien/Südafrika
- Aufbau von Logistikserviceketten in die Wachstumsregionen der Welt wird erforderlich

Digitalisierung/Zeitalter der Daten und Algorithmen

- Die globale Datenmenge hat sich zwischen 1995 und 2015, also in 20 Jahren ver Hundertfacht
- Das ist in der Menschheitsgeschichte annähernd schon einmal geschehen, nämlich zwischen 1450 und 1500
- Heute verdoppelt sich die weltweite Datenmenge etwa alle 18 Monate

Bedeutung von Megatrends für gewerbliche Dienstleister

a) Verschiebung der wirtschaftlichen Gewichte

- Das (Wirtschafts)Wachstum findet nicht in Europa statt, Afrika wird neben Asien Ende dieses Jahrhunderts der größte Wirtschaftsraum sein
- Globalisierung und Regionalisierung ereignen sich parallel
- -> z.B. Fokus auf asiatische und afrikanische Sprachen bei den Sprachdienstleistern
- -> z.B. Einbinden von Zeichenkräften aus Asien und Afrika für die Zeichenbüros
- -> z.B. Aufbau von Logistikserviceketten in die Wachstumsregionen der Welt wird erforderlich

b) Digitalisierung

- Wir stehen immer noch am Beginn des digitalen Zeitalters
- Information/Wissen ist Macht!
- Daten sind das „neue Gold“, dh Datensammlung und Verdichtung zu Informationen sind unternehmerische Kernaufgabe – in jeder Branche
- Die Informationsdienstleister und Adressbüros stehen vor einer großen Zukunft, der Wettbewerb wird aber auch härter/vor allem globaler
- Sämtliche betrieblichen Prozesse vom Kunden bis zum Kunden sollten so rasch wie möglich „digitalisiert“ werden
- Durch den Einsatz von Technologie kann der Gegensatz von Spezialisierung und Generalisierung überwunden werden – Multispezialisten werden möglich
- Nutzung und Optimierung der Möglichkeiten, die die Sozialen Medien bieten
- Enthaltbarkeit von der Digitalisierung ist bestenfalls für lokale Nischenplayer eine Option, allerdings nur bis spätestens 2030, weil dann die Babyboomer die Schalthebel der Macht verlassen haben
- Bilden Sie Netzwerke mit Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und Marktbegleitern
- Wo immer möglich, sollten plattformbasierte Dienstleistungspakete als Angebot geschaffen werden
- Ca. 85% aller Daten bleiben aktuell ungenutzt, es gibt also sprichwörtlich unendlich viele Nische

c) Bevölkerungswachstum

- Wir brauchen mehr Bäume, die Forstunternehmen werden grundsätzlich profitieren (weltweit von 4.000 Mrd. → 5.000 Mrd.)
- Biowärme wird gewinnen
- Vollintegration der Wertschöpfungsketten rund um Holz, „Plattenformökonomie“ Holz
- Ohne Technologie kann die Herausforderung nicht bewältigt werden
 - Synthetische Kraftstoffe (insbesondere B2L)
 - Carbon Capture and Storage / Abspaltung und Einlagerung von CO₂
 - Forcierung biologischer Werkstoffe, vor allem Holz
- Sicherstellen von sauberem Wasser

Weiterführende Informationen zum Thema „globale Trends“ sind beispielsweise auch dem Bericht des interinstitutionellen EU-Projektes des Europäischen Systems für strategische und politische Analysen (ESPAS) zum Thema „Globale Trends bis 2030: Kann die EU die anstehenden Herausforderungen bewältigen?“ zu entnehmen.

II. Innovationsstrategie der WKÖ

Die WKÖ-Innovationsstrategie für Österreich soll den heimischen Betrieben dabei behilflich sein, ihre Innovations-PS auf die Straße zu bringen. Daher lautet das Motto: Lernen wir von den Besten und verbessern wir die Rahmenbedingungen für innovative Betriebe! Denn Schlüsselplayer für die Innovationskraft unseres Stand-orts im globalen Wettbewerb sind und bleiben die Unternehmerinnen und Unternehmer.

Um den internationalen Wissenstransfer zu fördern, bietet die WKÖ die Gelegen-heit für exklusives, internationales Innovationswissen: Mitreißende Zukunftsreisen sowie Vorträge, Konferenzen und Workshops voller Praxisbeispiele für österreicheris-che Unternehmen.

- Die dabei angebotenen Veranstaltungen im Überblick

Im Hinblick auf den zuvor erwähnten Megatrend „Verschiebung der wirtschaftlichen Gewichte“, möchten wir auf den Nachbericht zum Afrika-Tag 2019 – Geschäftschancen und Markteintritts-Strategien in Afrika, der am 6. November 2019 in der Wirtschaftskammer Österreich stattgefunden hat, im Speziellen hinweisen.