

Presseinformation

Flaute: Zu wenig Geld für Produktinnovationen

- Studie zeigt: Bedarf an neuen Produkten höher als Investitionsbereitschaft

Vorhandene Produkte werden, weiterentwickelt, aber wenig Neues kommt hinzu

Hamburg, den 21. Mai 2013 – Die Unternehmen in Deutschland wollen nicht nur ihre derzeitigen Produkte und Dienstleistungen weiterentwickeln – sondern ihr Portfolio auch um neue erweitern. Doch für die Erweiterung wird in der Praxis zu wenig Geld ausgegeben. Die Folge: Altes wird zwar besser – aber dafür gibt es wenig Neues. Das sind Ergebnisse der Studie „Investitionsschwerpunkte und Beratungsbedarfe in 2013“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor mit dem DIE WELT-Entscheiderpanel.

Topmanager: 2/3 sehen Investitionsbedarf

In den Unternehmen, die 2013 in ihre Produktion und Dienstleistungserstellung investieren, sehen rund zwei Drittel der befragten Topmanager einen großen Investitionsbedarf sowohl bei der Weiterentwicklung ihrer derzeitigen Produkte und Dienstleistungen als auch bei der Erweiterung ihres Angebots um neue.

Nur 41% investieren in Erweiterung

Aber während immerhin 58 Prozent von ihnen tatsächlich in die Weiterentwicklung investieren, geben nur etwa vier von zehn Entscheidern Geld für die Erweiterung des Produktportfolios aus.

Bremser: Fehlende Budgets, Personalengpässe

Hauptgründe für den Investitionsstau sind unzureichende Budgets und Personalengpässe. 42 Prozent der Topmanager aus Unternehmen, die in ihre Produktion investieren, führen den Geldmangel als Investitionshindernis an, rund ein Drittel von Ihnen die zu dünne Personaldecke.

Studiengrundlage: DIE WELT-Entscheiderpanel

Für die Studie „**Investitionsschwerpunkte und Beratungsbedarfe in 2013**“ wurden 164 Entscheider aus der deutschen Wirtschaft im Auftrag des Faktenkontors zu ihren Investitionsschwerpunkten und Beratungsbedarfen in 2013 befragt. Die Erhebung erfolgte durch eine Online-Panel-Befragung des „DIE WELT“-Entscheiderpanels. Befragungszeitraum war der 17. bis 28. Januar 2013.

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Weltweit ist die Kundenbetreuung durch die Mitgliedschaft in der internationalen Berater-Plattform ComVort gewährleistet. Als erste Kommunikationsberatung ist das Faktenkontor zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Weitere Informationen finden Sie unter www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de