

20.01.2009 – 10:27 Uhr

Booz & Company Studie: Top-Management unterschätzt Rezession

Zürich (ots) -

40% des Senior Managements bezweifeln Glaubwürdigkeit der Krisenpläne ihrer Unternehmen / Kaum tragfähige Konzepte für Herausforderungen der Krise / Schweizer Top-Management im internationalen Vergleich optimistisch

Weltweit herrscht in vielen Unternehmen ein Mangel an Führungsstärke und geeigneten Strategien, um den besonderen Anforderungen einer Wirtschaftskrise historischen Ausmasses adäquat zu begegnen. So konzentrieren sich 65% der finanziell angeschlagenen Unternehmen heute nur unzureichend auf Aufbau und Erhalt ihrer Liquidität. Selbst ein Viertel der solide aufgestellten Unternehmen lässt Wachstumspotenziale ungenutzt und geht Investitionen, Expansionen und Akquisitionen nicht konsequent genug an. Insgesamt verfügt ein Drittel der befragten Unternehmen laut Selbsteinschätzung über kein ausreichend tragfähiges Konzept, um in der Krise erfolgreich zu bestehen. Im mittleren Kader fehlt das Vertrauen: 40% des Middle-Managements trauen dem Top-Management kein überzeugendes Krisenmanagement zu. 46% stellen in Frage, dass entsprechende Massnahmen mit unternehmensinternen Ressourcen umzusetzen wären.

Das sind die Ergebnisse einer aktuellen Untersuchung der internationalen Strategieberatung Booz & Company. Für diese wurden im Dezember 2008 weltweit rund 830 Manager der obersten Führungsebene, davon 41 aus der Schweiz, zur aktuellen Finanzkrise befragt.

Starke Diskrepanz gegenüber Ausland

Die für die Schweiz isoliert betrachteten Ergebnisse weisen eine starke Diskrepanz gegenüber den internationalen Aussagen auf. Wie im Ausland erwartet zwar auch ein grosser Teil der befragten Schweizer Manager (44%) einen fundamentalen Strukturwandel in ihren Industrien. Im Detail betrachtet sind aber die Manager Schweizer Firmen überzeugt, dass ihre Unternehmen überdurchschnittlich gut für die Wirtschaftskrise gewappnet sind: 91% der Schweizer Manager glauben, dass ihr Unternehmen finanziell gut aufgestellt ist, um die Krise zu überstehen, wogegen auf internationaler Ebene "nur" 75% der CEOs diese Prognose für ihr Unternehmen wagen.

Umgekehrt scheint sich die Situation für nur gerade 2% der Schweizer Unternehmen zu verschlechtern, während die Krise für 10% der Westeuropäer weitere Verluste mit sich bringt. Über die Hälfte der Schweizer Top-Manager (59%) ist sogar der Meinung, dass ihr Unternehmen mit einem Wettbewerbsvorteil aus der Krise hervorgeht. "Wenn die Schweizer Manager ihre Situation so positiv einschätzen, dann müssen sie aber ihre Chancen auch aktiver wahrnehmen" gibt Carlos Ammann, Partner und Geschäftsführer von Booz & Company Schweiz zu bedenken.

Mittleres Management hegt Zweifel

Dass die privilegierte Stellung der Schweiz ungenutzt bleiben könnte, offenbart der Blick auf die Aussagen der Führungsebene

unterhalb des CEO: In vielen Unternehmen bestehen Zweifel an den Plänen und der Kompetenz des Top-Managements zur Krisenbewältigung. Mit 36% bezweifeln zwar weniger Schweizer, dass ihr Top-Management gute Pläne hat, um das Unternehmen durch die Krise zu navigieren - im Vergleich zu 41% in Westeuropa und 39% in Nordamerika. Dem gegenüber sind sie jedoch überaus skeptisch hinsichtlich der Kompetenz ihrer Führungsebene. 56% der Befragten glauben nicht an die Fähigkeit des Top-Managements, einen erfolgsversprechenden Krisenplan schliesslich auszuführen - Im Vergleich zu 49% in Westeuropa, zu 47% in Nordamerika. "Hier stellt sich die Frage, ob Schweizer Unternehmen eine historische Gelegenheit aufgrund mangelnder Umsetzungsfähigkeit verpassen", so Carlos Ammann.

Wachstumsstrategie muss antizyklisch sein

Immerhin schöpfen gemäss Umfrageergebnis 81% der solide aufgestellten Schweizer Unternehmen ihre Wachstumspotenziale zumindest teilweise aus - im Vergleich zu 71% in Westeuropa und 73% in Nordamerika. Ein Fünftel der gut aufgestellten Unternehmen jedoch geht Investitionen, Expansionen und Unternehmensübernahmen nicht konsequent genug an. Damit vergibt diese Gruppe die Chance auf wirtschaftliche Erfolge.

"Damit diese Krise zur Chance wird, müssen nun antizyklische Wachstumspläne verfolgt werden", so Carlos Ammann. "Gefordert ist eine grundsätzliche Neuaufstellung des Unternehmens. Dazu gehört eine Umstrukturierung der finanziellen Ressourcen, Akquisition oder Aufbau differenzierter Fähigkeiten sowie Investitionen in neue Technologien, welche den Strukturwandel erst ermöglichen".

Lauter werdender Ruf nach Staat und Politik

Essenziell ist dabei auch eine abgestimmte und funktionierende Zusammenarbeit von Privatwirtschaft, Politik und Staat. Bedenklich stimmt, dass dies für fast die Hälfte der befragten Schweizer noch nicht der Fall zu sein scheint - trotz bereits getätigter regulatorischer Eingriffe seitens der Politik. Diese Zusammenarbeit ist umso wichtiger, wenn man der Vermutung von 34% der Befragten Glauben schenkt, dass diese Krise zu Einsparungen insbesondere in den Bereichen Corporate Social Responsibility und Umweltpolitik führen wird. Genau hier zeichnet sich für Ammann die kritische Tendenz der Rettungsmassnahmen ab: "Einsparungen sind zwar unausweichlich, die langfristige Agenda darf jedoch nicht aus den Augen verloren werden. Die gemeinsame Festsetzung des übergeordneten Rahmens durch Politik und Wirtschaft ist Bedingung, um langfristig diese Herausforderungen zu meistern."

Über die Studie

Die Umfrage von Booz & Company zur Finanzkrise wurde im Dezember 2008 durchgeführt. 828 Top-Manager (CEOs, Vorstände sowie maximal zwei Ebene darunter) aus allen bedeutenden Branchen - von Financial Services über Gesundheitswesen und Energie bis hin zu Konsumgütern - beteiligten sich. Westeuropa ist mit 38 Prozent am stärksten im Befragungssample vertreten, gefolgt von Nordamerika mit 30 Prozent und den Neuen Märkten mit 28 Prozent.

Über Booz & Company:

Booz & Company ist mit mehr als 3'300 Mitarbeitenden in 58 Büros auf allen Kontinenten eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Zu den Klienten gehören erfolgreiche Unternehmen sowie Regierungen und Organisationen. Unser Gründer Edwin Booz formulierte bereits 1914 die Grundlagen der

Unternehmensberatung. Heute arbeiten wir weltweit eng mit unseren Klienten zusammen, um die Herausforderungen globaler Märkte zu meistern und nachhaltiges Wachstum zu schaffen. Dazu kombinieren wir einzigartiges Marktwissen sowie tiefe funktionale Expertise mit einem praxisnahen Ansatz. Unser einziges Ziel: unseren Klienten jederzeit den entscheidenden Vorteil zu schaffen. Essential Advantage. Informationen zu unserem Management Magazin strategy+business finden Sie unter: www.strategy-business.com

Kontakt:

Karla Schulze Osthoff
Manager Marketing & Communications Schweiz
Tel: +41/43/268'21'37
Fax: +41/43/268'21'22
E-mail: karla.schulzeosthoff@booz.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/100576397> abgerufen werden.