

11.12.2020 – 09:30 Uhr

Bain-Studie zu Investitionsstrategien in der Corona-Krise / Gezielter Ausgaben kürzen und Investitionen hochfahren

München (ots) -

- Angesichts der Pandemie reduzieren 57 Prozent der Unternehmen 2020 ihre Investitionen gegenüber dem Vorjahr
- 56 Prozent der Firmen senken zudem ihre Ausgaben für Forschung und Entwicklung
- Effizient agierende Konzerne erzielen auch mit knappen Investitionsbudgets überdurchschnittliche Renditen
- Vorreiterunternehmen kürzen ihre Ausgaben zielgerichtet und konzentrieren ihre Finanzmittel auf die Wachstumsbeschleuniger der Zukunft

Die Corona-Pandemie zwingt Unternehmen, Kosten radikal zu senken und ihre liquiden Mittel sparsam einzusetzen. Mehr als jeder zweite Industriekonzern weltweit reduziert 2020 seine Ausgaben für Forschung und Entwicklung (F&E) sowie seine Investitionsausgaben (Capex). Besonders starke Kürzungen am gesamten Investitionsvolumen nehmen 12 Prozent der Unternehmen vor. In puncto F&E fahren sogar 16 Prozent ihre Ausgaben kräftig zurück. Lediglich 4 Prozent der Firmen geben dagegen an, ihre Gesamtinvestitionen 2020 stark erhöht zu haben, bei den F&E-Ausgaben sind es 3 Prozent (Abbildung). Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Analyse der internationalen Unternehmensberatung Bain & Company, für die 114 Top-Führungskräfte von globalen Industriekonzernen mit mehr als 500 Millionen US-Dollar Jahresumsatz befragt wurden.

Effizient agierende Organisationen können allerdings auch mit knappen Investitionsbudgets überdurchschnittliche Renditen erzielen. Das hat die Bain-Studie "Focusing R&D and Capex to Win" zum selben Thema ergeben. "Die Effizienzchampions positionieren sich rechtzeitig für den nächsten Aufschwung, indem sie klar definieren, wo sie nach der Krise stehen wollen", erläutert Bain-Partner Thomas Lustgarten, Co-Autor der Studie und Leiter der globalen Praxisgruppe Industriegüter und -services. "Sie setzen ihre finanziellen Mittel konsequent entlang dieser Zielvorgaben ein, statt Ausgaben pauschal zu senken."

Weniger ist mehr

Bereits in vergangenen Wirtschaftszyklen waren bei zahlreichen Unternehmen zum Teil große Unterschiede hinsichtlich des Einsatzes ihrer Finanzmittel auszumachen. Dies zeigt eine frühere Bain-Analyse von weltweit 516 Industriekonzernen im Zeitraum von 2010 bis 2019. Im Verhältnis zu ihrem Umsatz waren bei 26 Prozent der untersuchten Unternehmen die Ausgaben für F&E sowie Capex überdurchschnittlich hoch, doch sie erwirtschafteten lediglich unterdurchschnittliche Renditen für ihre Aktionäre. Demgegenüber investierten 25 Prozent unterdurchschnittlich stark, erzielten aber deutlich höhere Aktienrenditen als ihre Wettbewerber.

Im Zuge der anhaltenden Corona-Krise können Unternehmen mithilfe einer effizienten Investitionsstrategie ihre Marktposition aufrechterhalten und sogar ausbauen. Dabei sind fünf Erfolgsfaktoren entscheidend:

- **1. Falsche Einschnitte vermeiden.** Viele Konzerne kürzen in einer Rezession ihre Ausgaben pauschal in allen Geschäftsbereichen. Damit gewährleisten sie zwar kurzfristige Liquidität, verringern jedoch ihre Wachstumschancen, wenn die Konjunktur wieder anspringt, und gefährden damit ihre langfristige Wettbewerbsfähigkeit. Vorreiterunternehmen handeln in Krisen weitsichtiger. Sie überprüfen und adaptieren zunächst ihre Strategie und haben einen klaren Blick auf ihr zukünftiges Geschäfts- und Produktportfolio. Auf dieser Basis senken sie in bestimmten Bereichen überproportional Kosten und investieren gleichzeitig in ausgewählte Wachstumsfelder.
- **2. Führungsposition anstreben.** Unternehmen kommen sicher durch Umbruchphasen, wenn sie ihre Marktanteile, Profitabilität sowie Fähigkeiten analysieren und sich auf Geschäftsfelder konzentrieren, die ihnen die besten Zukunftschancen bieten. Dabei müssen die Geschäftsbereiche und Produktsegmente im Mittelpunkt stehen, in denen das Unternehmen eine Führungsposition innehat oder erlangen kann. So kann es höhere Renditen erzielen und günstigere Finanzierungsquellen erschließen. Diese positive Dynamik bereitet den Boden für weitere Schritte.
- **3. Komplexität im Kerngeschäft reduzieren.** Das traditionelle Kerngeschäft sollte Gewinn- und Cash-Quelle des Unternehmens sein. Gleichzeitig müssen dort jedoch die Ausgaben für F&E und Capex so weit wie möglich reduziert werden, um Spielraum zu schaffen für zukünftige Wachstumsfelder. Klassische Kostensenkungen im bestehenden Portfolio reichen dazu nicht aus. Vielmehr muss die Komplexität von Produkten, Prozessen und Vertriebskanälen grundlegend hinterfragt und massiv verringert werden.
- **4. Finanzmittel auf Zukunftsprojekte lenken.** Meist haben Unternehmen nur ein schmales Zeitfenster, um den Übergang zu künftigen, dauerhaft profitablen Geschäftsbereichen zu bewältigen. Die Schwere der gegenwärtigen Krise erhöht die Dringlichkeit einer ausbalancierten Doppelstrategie: striktes Optimieren des traditionellen Kerngeschäfts bei gleichzeitigem Hochfahren der Investitionen in neue Geschäftsfelder.
- **5. Antizyklisch agieren.** Während viele Firmen derzeit nur begrenzt liquide sind und das verfügbare Kapital für ihr Überleben benötigen, haben andere ausreichend finanziellen Spielraum, um proaktiv handeln zu können. Sie sind in der Lage jetzt vermehrt in organische Wachstumsbeschleuniger wie Forschung und Entwicklung zu investieren, aber auch durch gezielte M&A-Aktivitäten anorganisch zu wachsen. Unternehmen, die diese Möglichkeit haben und sinnvoll nutzen, können deutlich gestärkt aus der Krise kommen.

"Gerade weil die Corona-Pandemie die Welt fundamental verändert, ist jetzt der richtige Zeitpunkt, um mutig und vorausschauend zu handeln", betont Bain-Partner Dr. Klaus Stricker, Co-Autor der Studie und Leiter der globalen Praxisgruppe Automobilindustrie

und Mobilität. "Vorreiter steuern ihre traditionellen Geschäftsfelder sicher durch die Krise und treiben gleichzeitig neue voran. Dank einer klaren Strategie wissen sie genau, wo Kosten gekappt und Investitionen hochgefahren werden müssen."

Eine entsprechende Grafik finden Sie hier: <https://ots.de/FzR9D4>

Bain & Company

Bain & Company ist eine international führende Unternehmensberatung, die Entscheiderinnen und Entscheider weltweit bei der Zukunftsgestaltung unterstützt. Mit unseren 59 Büros in 37 Ländern sind wir in unmittelbarer Nähe unserer Kunden. Wir arbeiten gemeinsam mit ihnen daran, den Wettbewerb zu übertreffen und neue Standards in den jeweiligen Branchen zu setzen. Partner aus unserem Ökosystem digitaler Innovatoren ergänzen unsere Expertise und sorgen mit dafür, dass wir für unsere Kunden bessere, schnellere und nachhaltigere Ergebnisse erzielen. In den kommenden zehn Jahren werden wir weltweit mehr als eine Milliarde US-Dollar in Pro-Bono-Projekte investieren. Wir unterstützen Organisationen, die sich den aktuellen Herausforderungen in den Bereichen Bildung, Umwelt sowie wirtschaftliche Entwicklung stellen und sich für Gleichberechtigung in jeder Hinsicht engagieren. Seit unserer Gründung 1973 messen wir unseren Erfolg am Erfolg unserer Kunden und sind stolz darauf, dass wir die höchste Weiterempfehlungsrate in der Beratungsbranche haben.

Erfahren Sie mehr unter: www.bain.de, www.bain-company.ch

Folgen Sie uns auf: [LinkedIn](#), [Xing](#), [Facebook](#), [Instagram](#), [Bain Insights App](#)

Pressekontakt:

Leila Kunstmann-Seik
Bain & Company Germany, Inc.
Karlsplatz 1
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com
Tel.: +49 (0)89 5123 1246
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100861668> abgerufen werden.