

15.07.2021 – 09:05 Uhr

Neue Studie: Nicht alle Schweizer Unternehmen vertrauen bei der Covid-19-Bewältigung auf ihre Unternehmenskultur

Kultur in der Krise: Nicht alle Schweizer Unternehmen vertrauen bei der Covid-19-Bewältigung auf ihre Unternehmenskultur

- *Nur etwa die Hälfte der Schweizer Unternehmen hält die eigenen Verhaltensweisen, Merkmale und Instrumente für einen Wettbewerbsvorteil bei der Überwindung der Covid-19-Krise*
- *Über zwei Drittel der Unternehmen in der Schweiz trauen sich eine ausreichend schnelle Reaktion auf externe Einflüsse zu*
- *Für 59% der Schweizer Befragten werden die eigenen Unternehmenswerte von den Führungskräften nicht aktiv genug vorgelebt*

Um externe Schockwellen wie die aktuelle Covid-19-Pandemie und technologische oder geopolitische Disruptionen dauerhaft abzufedern, werden Kompetenzen wie Flexibilität, Resilienz, schnelle Entscheidungsfindung und agile Arbeitsmethoden für Unternehmen zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Doch im internationalen Vergleich haben Schweizer Unternehmen bei diesen wichtigen unternehmenskulturellen Stellschrauben für erhöhte Krisenfestigkeit noch akuten Nachholbedarf. Das belegen die Ergebnisse einer weltweiten Unternehmensbefragung im Rahmen der aktuellen «**Global Culture Survey**» von PwC und Strategy&, der Strategieberatung von PwC, für weltweit insgesamt 3'243 Personen – meist Entscheider – aus internationalen Unternehmen befragt wurden (Schweizer Befragte: 106).

Gerade einmal 57% der befragten Schweizer Manager sehen demnach in ihrer Unternehmenskultur einen massgeblichen Wettbewerbsvorteil zur Bewältigung der Covid-19-Pandemie. Zudem halten nur 49% der Schweizer Befragten die Unternehmenskultur für wichtiger als die Strategie oder das Geschäftsmodell. Im europäischen Durchschnitt attestieren 65% und weltweit sogar 68% der Entscheider ihrem Arbeitgeber eine krisenfeste Unternehmenskultur, die dadurch Wettbewerbsvorteile erzeugt. Immerhin sehen sich etwas mehr als zwei Drittel (71%) der befragten Schweizer Manager in der Lage, bei Bedarf auf externe Einflüsse schnell genug reagieren zu können. Im europäischen und weltweiten Durchschnitt glauben das sogar jeweils 78% der Befragten. Gleichzeitig sind 32% der Schweizer Befragten der Meinung, dass eine schnelle Entscheidungsfindung während der Pandemiesituation schwieriger geworden ist.

«Die globale Pandemie verdeutlicht, wie wichtig eine flexible Unternehmenskultur ist, um adäquat auf externe Schocks reagieren zu können. Agilität und Resilienz sind dabei wichtige Zukunftsfaktoren, die ein fester Teil der Unternehmenskultur sein sollten. Auch in der Schweiz werden allerdings noch zu häufig eher traditionelle Formen der Zusammenarbeit gepflegt. Digitale Kollaborationslösungen und agile Arbeitsmethoden sollten nun mit Nachdruck in der unternehmerischen DNA verankert werden», sagt Andreas Pratz, Country Head von Strategy& Schweiz.

Eine Diskrepanz zeigt sich auch auf die Frage, ob die eigenen Unternehmenswerte von den Führungskräften aktiv vorgelebt werden. Hier stimmen nur 41% der befragten Schweizer zu. Weltweit finden 60%, dass ihre Führungsriege mit gutem Vorbild vorangeht. Daneben werden die Auswirkungen von Covid-19 auf das operative Geschäft in Schweiz im Vergleich zu Europa und der Welt als negativer eingeschätzt. Deutlich mehr Schweizer Unternehmen geben an, Gewinneinbussen statt -sprünge durch die Pandemie erlitten zu haben (44% Gewinneinbussen vs. 19% Gewinnanstieg); damit ist ihr Anteil grösser als im europäischen Durchschnitt (45% Gewinneinbussen vs. 24% Gewinnanstieg).

Auch der pandemiebedingte Rückgang des Geschäftsvolumens wird unter Schweizer Unternehmen als signifikant schwerwiegender eingestuft als im europäischen Vergleich – 48% der Befragten in der Schweiz registrieren einen Einbruch ihres Geschäftsvolumens, 23% sehen einen Anstieg (Europa: 39% Einbruch vs. 28% Anstieg). Gleichzeitig meinen nur 43% der Schweizer Unternehmen, auf die pandemiebedingte Disruption mit einer Änderung ihrer Prozesse oder Geschäftsmodelle reagieren zu müssen. Demgegenüber glauben 61% der Unternehmen weltweit und 56% der europäischen Firmen, dass die Pandemie eine Anpassung ihrer Geschäftskonzeption erforderlich macht.

Bei der Frage nach den grössten Verbesserungspotenzialen in der eigenen Organisation stimmen die Umfrageergebnisse Schweizer Unternehmen weitgehend mit dem globalen Trend überein. Als wichtigste Felder zur Optimierung werden das Anwerben und Binden guter Mitarbeiter, eine verbesserte Zusammenarbeit und die digitale Transformation gesehen. Während für Schweizer Unternehmen die weitere Qualitätsverbesserung ihrer Produkte und Dienstleistungen zusätzlich im Fokus steht, legen die restlichen europäischen Unternehmen ihren Schwerpunkt vermehrt auf den Ausbau zeitgemässer und agiler Strukturen – ein Aspekt, der für die Schweizer Befragten noch immer eine eher untergeordnete Rolle spielt.

«Die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie haben gezeigt, dass Resilienz gegenüber Krisen und Disruptionen allein nicht mehr ausreicht – die Unternehmen in der Schweiz sollten den Mut dazu haben, selbst Disruptoren zu sein. Dies erfordert strategisches Denken, agile Planung und hervorragende Umsetzungsfähigkeiten, kombiniert mit einer fördernden Unternehmenskultur. Wenn Schweizer Unternehmen auch weiterhin internationale Spitzenpositionen belegen möchten, müssen sie die Krise und die Lehren daraus konsequent zur Transformation der eigenen Organisation nutzen, um sich nachhaltig strukturelle Wettbewerbsvorteile zu sichern», ergänzt Jose Marques, Partner People & Organisation bei PwC Schweiz.

Die vollständigen Ergebnisse der «**Global Cultural Survey**» finden Sie unter:

<https://www.strategyand.pwc.com/ch/en/global-culture-survey-2021.html>

Über Strategy&

Strategy& ist die globale Strategieberatung von PwC. Wir entwickeln individuelle Geschäftsstrategien für weltweit führende Unternehmen, basierend auf differenzierenden Wettbewerbsfähigkeiten. Wir sind die einzige Strategieberatung als Teil eines globalen Professional Services Netzwerks. Unsere Expertise kombinieren wir mit Technologie und erarbeiten daraus eine passende Strategie, die effizient umsetzbar ist. «Strategy, made real» heisst für uns, den digitalen Wandel voranzutreiben, die Zukunft mitzugestalten und Visionen Wirklichkeit werden zu lassen. 3'000 Strategieberater und mehr als 284'000 PwC-Mitarbeiter in 155 Ländern tragen hierzu mit hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei. Weitere Informationen unter www.strategyand.pwc.com/ch

Konradin Krieger
PwC | Manager I Team Leader External Communications
Mobile: +41 79 362 10 87
Email: konradin.krieger@pwc.ch

PricewaterhouseCoopers AG
Birchstrasse 160 | Postfach | CH-8050 Zürich
<http://www.pwc.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100874337> abgerufen werden.