

## Pressemitteilung

### Manager in der Krise: Konventionelles bevorzugt

EIU-Studie unter 561 Führungskräften / Management kehrt zurück zu klassischen Change-Methoden / Krise bietet großes Potenzial / Hauptthemen: Kosten- und Personalreduktion

Düsseldorf, 29. September 2009 – Celerant Consulting, die global tätige Change- und Implementierungsberatung mit Fokus auf operationalen Verbesserungen, hat im Rahmen einer internationalen Studie Einstellungen und Umgang von Führungskräften mit Change Management im Jahr der Krise analysiert. Die Untersuchung ist die zweite Welle der jährlichen Erhebung, die im Sommer 2008 ihren Anfang fand.

Die Studie zeigt ganz klar, dass das Management als Reaktion auf die Krise „konventionelle“ Einsparmethoden bevorzugt. So haben 65 Prozent der befragten Führungskräfte ihre Budgets gekürzt, 54 Prozent haben mit Entlassungen und 40 Prozent mit Veränderungen in der Organisationsstruktur auf die Krise reagiert; lediglich 19 Prozent haben beim Verhalten der Mitarbeiter angesetzt. Auch für die Zukunft erwarten die Firmenlenker weiteren Veränderungsbedarf: Zu den dringenden Themen zählen neben Kostenreduzierungen (66 Prozent) auch die Vorbereitung der Organisation auf zukünftige Herausforderungen (46 Prozent) zu den Schwerpunkten für künftige Change-Initiativen.

Dabei zeigen die Aussagen der Führungskräfte, dass es sich um eine Nachfragekrise handelt, die eine Strukturkrise verdeutlicht. So sagen 59 Prozent der teilnehmenden Unternehmen, die Krise habe Schwächen in der eigenen Organisation aufgedeckt, die sie nun mit Change-Initiativen zu beseitigen suchen. Roswitha Terteza, European Head of Competence & Knowledge bei Celerant und verantwortlich für den deutschen Teil der Studie: „Die Krise bietet den Unternehmen eine gute Möglichkeit die wahren Wissensträger des Unternehmens zu identifizieren, auf diese aufzubauen und die Flexibilität zu steigern. Desweiteren muss diese schwierige Zeit genutzt werden, um verstärkt den Kulturwandel voranzutreiben: der Erfolg des Unternehmens ist mein Erfolg!“

Einige Unternehmen hebeln die Krise ganz handfest für ihren eigenen unternehmerischen Vorteil: So nutzen 66 Prozent die Krise, um Veränderungen durchzusetzen, die sie in einem anderen gesamtwirtschaftlichen Umfeld nicht durchsetzen könnten. Unternehmen sehen demnach die derzeitige Krise als Chance für Formen des betrieblichen Wandels, der sonst kaum zu verwirklichen wäre. Ein Beispiel für solche Change-Initiativen ist die Reduzierung der Mitarbeiterzahlen, die bei 54 Prozent der teilnehmenden Unternehmen stattgefunden hat. Zudem hat sich im Vergleich zu den Vorjahresergebnissen die Zahl der Unternehmen, die auf die Kostenbremse getreten sind, von 52 Prozent auf 65 Prozent erhöht.

### **Zahl der Change-Initiativen bleibt konstant**

Im Rahmen der Erhebung ging es den Forschern auch um die Frage, ob im Krisenjahr mehr oder weniger Change-Initiativen angestoßen wurden: Mehr als die Hälfte der Unternehmen (56 Prozent) haben im vergangenen Jahr drei oder mehr Veränderungs-Initiativen gestartet, im Vergleich zur Vorjahres-Untersuchung (57 Prozent) ist die Zahl damit fast gleich geblieben. Trotz Umsatzrückgängen und geringerer Produktivität bleiben Veränderungsprojekte damit in ihrer Bedeutung für Unternehmen unverändert wichtig.

Roswitha Terteia über die Studie: „Nach wie vor scheitern viele Change-Initiativen und viele Change-Projekte wären wesentlich erfolgreicher, wenn die Anforderungen klarer wären. So fehlen in 29 Prozent der Fälle klar definierte und erreichbare Meilensteine und damit verbunden konkret messbare Ziele. Weitere Gründe für das Scheitern von Change-Projekten sind schlechte Kommunikation (16 Prozent) und damit indirekt zusammenhängender Widerstand von Mitarbeitern (14 Prozent).“ Positiv ist aber zu vermerken, dass man an diesen Gründen arbeiten kann, um so nicht nur mehr Veränderungsprojekte erfolgreich abschließen, sondern damit auch die Profitabilität des Unternehmens verbessern kann.

Roswitha Terteia abschließend: „Angesichts eines Gesamtetats für Change in Deutschland von über 5 Mrd. Euro ist es erschreckend, dass rund vierzig Prozent der Projekte scheitern. Da man in der Beratung einen Return on Investment von 1 zu 3 zugrundelegt, ergibt das einen gesamtwirtschaftlichen Schaden von 6 Mrd. Euro, der billiger in Kauf genommen wird.“

## **Eckdaten der Untersuchung**

Die erste Welle der Studie führte Celerant bereits im Jahr 2008 durch. In diesem Jahr wurden im Juli und August 561 Führungskräfte aus Benelux, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Österreich, Skandinavien und den USA befragt. Knapp die Hälfte der Teilnehmer entstammten aus den Branchen Automobil, Chemie, Energie & Rohstoffe, Manufacturing und Telekommunikation. Die teilnehmenden Unternehmen haben einen Jahresumsatz von mindestens 500 Mio. US-Dollar.

Die Studie kann kostenlos unter [www.celerantconsulting.com](http://www.celerantconsulting.com) heruntergeladen werden.

**-Ende-**

## **Wenn Sie weitere Informationen wünschen oder eine Interviewanfrage haben, wenden Sie sich bitte an:**

*Dr. Michael Siemer  
westend medien GmbH  
Wagnerstraße 26, 40212 Düsseldorf  
Tel.: +49 211 175 20850, Fax.: +49 211 175 2085 17  
E-Mail: [michael.siemer@westendmedien.de](mailto:michael.siemer@westendmedien.de)*

*Sascha Grosskopf  
Head of Marketing Germany  
Celerant Consulting GmbH  
Neuer Zollhof 2, 40221 Düsseldorf  
Tel: +49 211 58 3 30 342 Fax: +49 211 58 3 30 001  
Email: [sascha.grosskopf@celerantconsulting.com](mailto:sascha.grosskopf@celerantconsulting.com)*

## **Über Celerant Consulting**

Celerant Consulting (Celerant) ist ein global tätiges Managementberatungs-Unternehmen, das darauf spezialisiert ist, für seine Kunden messbare Verbesserungen im operativen Ergebnis zu erzielen. Celerant hilft führenden Unternehmen weltweit, ihr Geschäft mit einem hohen Maß an Sicherheit und Nachhaltigkeit gewinnbringend neu auszurichten.

Die Art und Weise, wie wir dies erreichen, heißt Closework®. Unsere Berater arbeiten dabei eng mit den Mitarbeitern des Kunden zusammen, um die Unternehmensziele im Tagesgeschäft umzusetzen. Durch Closework® geben wir unsere Erfahrung und Expertise an unsere Kunden weiter, fördern deren Eigenverantwortung und erreichen so eine umfassende Verhaltensänderung und nachhaltige Ergebnisverbesserungen.

Im Jahr 2008 haben wir für unsere Kunden weltweit nachhaltige Ergebnissteigerungen von mehr als 780 Millionen Euro erzielt. Über die letzten 20 Jahre hat sich Celerant zum größten unabhängigen operativ tätigen Beratungsunternehmen mit einem Umsatz von €115 Millionen Euro im Jahr 2008 entwickelt.