

## Pressemitteilung

### Deutsche Firmenchefs reagieren auf Kreditkrise mit Change Management-Initiativen

Düsseldorf, 29. Mai 2008 – wie eine heute von der Implementierungsberatung Celerant Consulting veröffentlichte Studie zeigt, reagiert rund ein Viertel (27 Prozent) der deutschen Geschäftsführer und Vorstandsvorsitzenden auf die derzeitige Kreditkrise mit erhöhten Investitionen in Change Management-Initiativen.

Im Rahmen der Studie wurden 600 Geschäftsführer und Vorstandsvorsitzende in Europa und den USA befragt. Durchgeführt wurde die Befragung im Auftrag von Celerant Consulting durch die Abteilung Economist Intelligence Unit (EIU) der britischen Finanzzeitung „The Economist“. 27 Prozent der Befragten sagen, dass die von ihnen beauftragten Change Management-Initiativen – also strukturierte Ansätze zur Umsetzung des betrieblichen Wandels – eine direkte Reaktion auf die Kreditkrise sind. Dabei planen 40 Prozent der deutschen Bosse sogar, in den nächsten 12 Monaten noch mehr Geld in Change Projekte zu investieren; lediglich 2 Prozent wollen weniger ausgeben.

#### **Warum Change-Management-Initiativen?**

Motivation Nummer eins für den Start von Change Management-Initiativen in Deutschland war bei 54 Prozent der Befragten der Wunsch, die Organisation auf die Herausforderungen der Zukunft sowie betriebliches Wachstum vorzubereiten. Es folgen Kostenreduzierungen (52 Prozent) sowie die Implementierung neuer Organisationsstrukturen und Rollen.

#### **Zum Scheitern verurteilt**

Trotz der wachsenden Zahl von Change Management-Initiativen scheint es keine Garantie auf Erfolg zu geben. Vielmehr zeigen die Ergebnisse, dass ein Großteil der Projekte misslingt. So geben 58 Prozent der deutschen Geschäftsführer an, dass mindestens die Hälfte aller in den letzten fünf Jahren durchgeführten Change Projekte fehlgeschlagen sind. Als größte Hürden für Unternehmen empfinden die Geschäftsführer folgende Faktoren: Beinahe zwei Drittel (58 Prozent) finden es äußerst schwierig, Mitarbeiter für von den notwendigen Maßnahmen zu überzeugen und zu motivieren, 35 Prozent sehen die Ursachen im mangelhaften Buy-in der verantwortlichen Manager vor Ort. Weitere 29 Prozent sagen, dass der Versuch scheiterte, einmal beschlossene Geschäftsstrategien zu implementieren.

**Stephan Orth, Geschäftsführer Deutschland bei Celerant,** über die Ergebnisse der Studie: „Es überrascht uns nur wenig, dass der Großteil der befragten Geschäftsführer angesichts der Abkühlung der Weltwirtschaft mehr Change Management-Initiativen auflegen wollen. Die Kreditkrise liefert ein hervorragendes Argument dafür, betrieblichen Wandel, der sich unterm Strich bemerkbar macht, jetzt anzugehen.“

„Allerdings stellt sich angesichts der Tatsache, dass Firmenchefs mehrheitlich das Scheitern dieser Programme zugeben, die Frage, wie sich der Erfolg von Change Management-Initiativen sicherstellen lässt?“

„Unsere Untersuchung zeigt, dass Unternehmen bei der Umsetzung von Change Management-Initiativen größtenteils scheitern, weil es ihnen nicht gelingt, die Mitarbeiter für die Veränderung zu gewinnen. Und genau dies passiert, wenn die Mitarbeiter ihren Vorgesetzten nicht trauen oder nicht verstehen, für welche Werte das Top-Management steht. Leider sehen Mitarbeiter in derartigen Projekten nur allzu häufig eine Ausrede für Entlassungswellen.“

„Mehr als die Hälfte aller Change Management-Initiativen versagt ist, weil sie keine klaren Zielvorgaben haben und lediglich auf Wandel aber nicht auf messbare Ergebnisse abzielen – daher sind viele Projekte im Kern aktionistisch.“

„Für wirklichen betrieblichen Wandel, der sich auf das Ergebnis unterm Strich auswirkt, müssen Führungskräfte ihre Mitarbeiter von der Notwendigkeit zur Veränderung überzeugen können, über klar kommunizierte Visionen und Vorgehensweisen verfügen und die Mitarbeiter permanent motivieren. Wir erleben derzeit, dass Change Management-Initiativen mehr und mehr Teil des Tagesgeschäfts von Führungskräften werden. Daher werden nur solche Führungskräfte dauerhaft erfolgreich sein, die diese Eigenschaften mitbringen.“

**Ralph Hargrow, Global Chief People Officer bei Molson Coors Brewing Company:** „Man muss persönlich mit den Mitarbeitern sprechen, damit sie das Potenzial von Change Management-Initiativen erkennen und dann den Prozess zu ihrer eigenen Sache machen. Und das bedeutet sehr viel Arbeit. Aber je besser ein Mitarbeiter versteht, wie er ganz persönlich von den einmal eingeleiteten Maßnahmen profitieren kann, desto mehr lässt er sich für dies Ziel auch motivieren. Treten bei der Kommunikation dieser Vision aber Probleme auf, wird es Schwierigkeiten geben, nachhaltige Veränderungen einzuleiten und für ihre Akzeptanz zu sorgen.“

*-Ende-*

Wenn Sie weitere Informationen wünschen oder an einem Interview interessiert sind, kontaktieren Sie bitte Dr. Michael Siemer von westend medien GmbH 0211 – 17520850 oder schreiben Sie eine E-Mail an: michael.siemer@westendmedien.de

### **Eckdaten der Studie:**

1. Die EIU befragte im Zeitraum von 21. März bis 18. April 2008 617 Geschäftsführer in zehn Ländern Europas und den USA. 48 der Antwortenden waren aus Deutschland.
2. 98 Prozent der Unternehmen haben einen Jahresumsatz von mehr als 500 Mio. US-Dollar.

### **Über Celerant Consulting**

Celerant Consulting zählt zu den führenden globalen Managementberatungen und ist spezialisiert auf nachhaltige Veränderungen betrieblicher Prozesse. Das Beratungshaus arbeitet in einer Vielzahl von Branchen. Weltweit hilft Celerant Top-Unternehmen bei der Steigerung ihrer betrieblichen Leistungsfähigkeit; Kern dieses Ansatzes ist Closework®.

Dabei arbeiten die Berater eng mit den Kundenmitarbeitern vor Ort zusammen und erzielen so nachhaltige und messbare Ergebnisse. Auf diese Weise macht Celerant langfristige Verhaltensänderungen zu einem Leitmotiv der Unternehmenskultur und schafft damit die Voraussetzungen für nachhaltigen Wandel.

Von Celerant durchgeführte Projekte führten im Jahr 2007 zu Kosteneinsparungen in Höhe von 600 Mio. Euro bei den Kunden des Beratungsunternehmens. In den letzten 20 Jahren hat sich Celerant zum größten unabhängigen Consulting-Unternehmen mit Fokus auf Implementierungsberatung entwickelt. Im Jahr 2007 erzielte Celerant einen Umsatz von 110 Millionen Euro.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: [www.celerantconsulting.com](http://www.celerantconsulting.com)

### **Über die Economist Intelligence Unit**

Die Economist Intelligence Unit ist Abteilung für Business Information der britischen "The Economist Group", Herausgeber der Finanzzeitung The Economist. Unser globales Netzwerk von rund 650 Analysten analysiert und bewertet permanent die politischen und wirtschaftlichen Zustände in 200 Ländern. Als weltweit größter Anbieter von wirtschaftlichen Fakten über einzelne Ländern helfen wir Geschäftsführern weltweit dabei, bessere Entscheidungen auf der Basis von zeitkritischen, verlässlichen und objektiven Analysen über weltweite Markttrends und Geschäftsstrategien zu treffen.

Weitere Informationen über the Economist Intelligence Unit finden Sie unter [www.eiu.com](http://www.eiu.com).