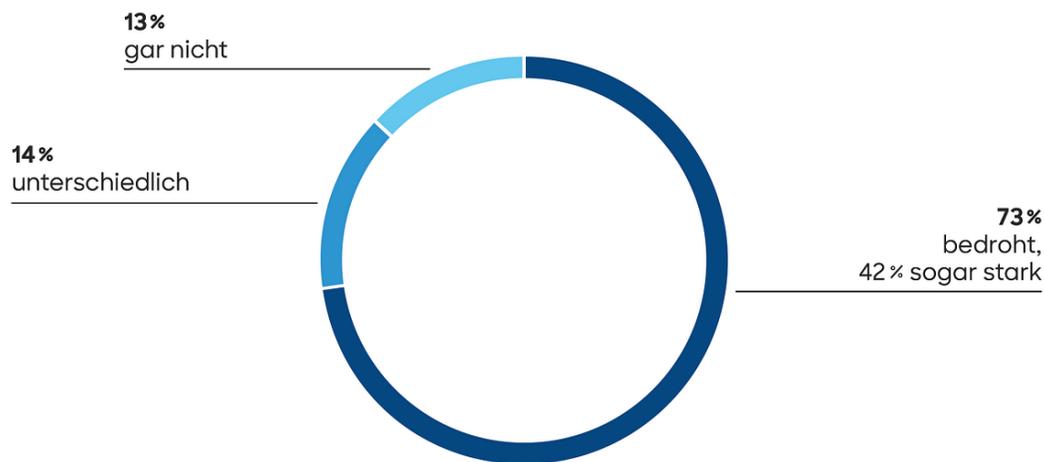


Wie stark sehen Sie Ihr Unternehmen durch strukturelle Umbrüche (z.B. Technologie) und aktuelle Krisen (z.B. Energie) bedroht?

n = 500



Quelle Roland Berger; Repräsentative Umfrage durch Civey im Februar/März 2024 von 500 Managern auf C-Level, die einen Umbauprozess begleitet haben oder dies planen

11.06.2024 08:42 CEST

Drei Viertel der deutschen Topmanager sehen ihr Unternehmen durch multiple Krisen und strukturelle Umbrüche bedroht

[Study Download](#)

- Repräsentative Umfrage unter 500 Führungskräften zu Umbauprozessen und Restrukturierungen in Unternehmen
- Nur ein Drittel (33%) hält konventionelle, rein kostengetriebene Restrukturierungsansätze allein für ausreichend

- Neben klassischen Restrukturierungsmaßnahmen müssen viele Krisenunternehmen ihr Geschäftsmodell neu aufstellen

München, Juni 2024: Geopolitische Spannungen, Inflation, Zinswende, Technologiesprünge, Klimawandel: Fast drei Viertel (73%) der deutschen Führungskräfte sehen ihre Unternehmen durch multiple Krisen und strukturelle Umbrüche bedroht; 42 Prozent sogar stark. Dennoch sind die meisten Manager (82%) optimistisch, dass die Transformation ihres Unternehmens gelingen wird. Das zeigt eine repräsentative Umfrage unter 500 Topmanagern für die Roland Berger-Studie „Restrukturierung in der Transformation: Kosten im Griff, Zukunft im Blick“. Gleichzeitig hält nur ein Drittel der Befragten (33%) konventionelle, meist rein kostengetriebene Restrukturierungsansätze für ausreichend, um die anstehenden Transformationsaufgaben zu bewältigen. Dies deckt sich mit der Empfehlung der Roland Berger-Experten, Maßnahmen zur Kostensenkung mit einem konsequenten Management der Topline sowie der Transformation des Geschäftsmodells zu verbinden.

„Bislang waren makroökonomische Krisen, globale Verwerfungen und technologische Sprünge meist vorübergehende Phänomene“, sagt Alexander Müller, Partner bei Roland Berger. „Durch gezielte Veränderungen, meist auf der Kostenseite, konnten die Unternehmen davon ausgehen, dass sich nach einiger Zeit wieder ein stabiler Zustand einstellt.“ Er registriert einen grundlegenden Wandel: "Wir haben es heute und aller Voraussicht nach auch in Zukunft mit Krisen- und Umbruchsituationen zu tun, die immer wieder aufflammen und den Unternehmensalltag prägen werden. Stete Veränderung ist zur neuen Konstante in der Wirtschaft geworden.“

Damit wächst der Handlungsdruck auf Unternehmenslenker, insbesondere in Restrukturierungssituationen: Sie müssen überzeugende Antworten auf die transformatorischen Herausforderungen finden, unerwartete Krisen im Umfeld managen, Trends und Risiken frühzeitig erkennen und ihre Unternehmen neu ausrichten, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die meisten Führungskräfte haben dies erkannt: Gefragt nach Zukunftsthemen, die sie beim aktuellen oder geplanten Umbau ihres Unternehmens besonders im Fokus sehen, nennen 40 Prozent Digitalisierung und künstliche Intelligenz als erste Priorität, gefolgt von klassischer Kostensenkung (34%), Erschließung neuer Märkte (33%) und Anpassung des Geschäftsmodells (27%).

Als wichtigste Erfolgsfaktoren für die Transformation eines Unternehmens

nennen die Befragten klare strategische Ziele (53%) sowie die Beteiligung und das Engagement der Mitarbeiter (48%).

Transformation des Geschäftsmodells zur nachhaltigen Zukunftssicherung
Die Roland Berger-Experten gehen davon aus, dass Restrukturierung in Zeiten anhaltenden Veränderungsdrucks immer auch strategische Transformation sein muss: „Es braucht einen Dreiklang von Kostensenkung, aktivem Management der Topline und der Arbeit am Geschäftsmodell“, sagt Adrian Pielken, Partner bei Roland Berger. „Die Transformation des Geschäftsmodells ist dabei das eigentliche Herzstück einer strategischen Restrukturierung.“ Seine Prognose: „Restrukturierungen werden dadurch komplexer, aber auch nachhaltiger.“

Konkret sind es also drei Bausteine, auf die sich dieser transformationsorientierte Restrukturierungsansatz stützt: Erstens muss die weiterhin notwendige Optimierung von Kosten und Bilanz des Unternehmens in Angriff genommen werden. Zweitens gilt es, die Topline des Unternehmens zu managen, indem das bestehende Produktportfolio sowie die Preis- und Margenqualität verändert und verbessert werden. Auf diese Weise wird das Unternehmen während der Restrukturierungsphase finanziell abgesichert und Spielraum für die Transformation geschaffen. Parallel dazu muss drittens die strategische Neupositionierung und innovative Weiterentwicklung des Unternehmens vorangetrieben werden, was zu einer teilweisen oder vollständigen Neuaufstellung des Geschäftsmodells führt. „Der Status quo eines Unternehmens muss ganzheitlich daraufhin überprüft werden, ob es im Hinblick auf Wachstumsmärkte, Innovationsfähigkeit, Digitalisierung, neue Technologien sowie Nachhaltigkeit wirklich zukunftsfähig aufgestellt ist“, sagt Pielken. „Nur so lässt sich die zentrale Frage beantworten, ob und in welchem Umfang das Geschäftsmodell verändert werden muss.“

Die Frage nach einem zukunftsfähigen Geschäftsmodell wird sich für immer mehr Unternehmen stellen, denn die Veränderungswelle wird in den kommenden Jahren deutlich an Wucht gewinnen und Branchen erfassen, die bisher noch nicht oder kaum betroffen waren. „Wir stehen am Anfang einer Dekade der Transformation, in der sich viele Unternehmen neu erfinden müssen“, sagt Müller. „Dafür greifen konventionelle Restrukturierungsansätze zu kurz. Rein kostengetriebene Programme sichern bestenfalls für eine gewisse Zeit den Status quo, sind aber allein kein Weg, der ein Unternehmen in die Zukunft führt.“

Roland Berger ist eine weltweit führende Strategieberatung mit einem breiten Leistungsangebot für alle relevanten Branchen und Unternehmensfunktionen. Roland Berger wurde 1967 gegründet und hat seinen Hauptsitz in München. Die Strategieberatung ist vor allem für ihre Expertise in den Bereichen Transformation, industrieübergreifende Innovation und Performance-Steigerung bekannt und hat sich zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeit in all ihren Projekten zu verankern. Im Jahr 2023 verzeichnete Roland Berger einen Umsatz von über einer Milliarde Euro.

Kontaktpersonen



Raphael Dörr

Pressekontakt

Head of Corporate Communications & PR

raphael.doerr@rolandberger.com

+49 89 9230 8792



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750