

01.02.2006 - 13:00 Uhr

PWC: Weltweite Befragung von CEO: Kundengewinnung wichtiger als Kostensenkung - Studie "PwC-CEO Survey 2006"

Zürich (ots) -

Unternehmen stossen auf der Suche nach neuen Kunden in Länder wie Brasilien, Russland, Indien und China vor - Überregulierung ist das grösste Expansionshindernis

Zwei Drittel der 1410 befragten CEO sind überzeugt, dass sich die Globalisierung in den nächsten drei Jahren positiv auf ihr Unternehmen auswirken wird. 64 Prozent der CEO bezeichnen jedoch die Überregulierung als grösstes Hindernis für den Globalisierungsprozess. 63 Prozent sehen in den Handelsbeschränkungen das zweitgrösste Hindernis. Darauf folgen mit 57 Prozent die politische Unsicherheit und mit 56 Prozent die sozialen Themen sowie mit 48 Prozent der Terrorismus. Ganz am Ende der Liste steht mit 21 Prozent die organisierte Globalisierungsgegnerschaft. Weltweit expandieren Unternehmen. In zunehmendem Masse wird nach Brasilien, Russland, Indien und China vorgestossen. Nebst der seit Jahren auf der Agenda stehenden Kostensenkung drängt sich nun die Gewinnung neuer Kunden und Märkte in den Vordergrund. Diese und weitere Einschätzungen der CEO sind in der weltweit durchgeführten Studie "PwC-CEO Survey 2006" veröffentlicht.

Die Kostensenkung ist nicht mehr die zentrale Motivation für ein Unternehmen sich global auszuweiten. In der neuen Phase der globalen Expansion konzentrieren sich die Unternehmen auf die Gewinnung und Betreuung von Neukunden in den wachsenden Weltmärkten. Die Volkswirtschaften Brasilien, Russland, Indien und natürlich China (BRIC-Länder) galten einst als billige Produktionsquellen. Heute stellen sie bedeutende Wachstumsmöglichkeiten sowohl für multinationale als auch für ortsansässige Unternehmen dar und bringen gleichzeitig eine ganze Reihe neuer, ernstzunehmender globaler Konkurrenten hervor.

Ein neuer globaler Fokus: Brasilien, Russland, Indien, China
71 Prozent der CEO planen innerhalb der nächsten drei Jahren die Geschäftstätigkeiten in mindestens einem der BRIC-Länder auszubauen. 78 Prozent dieser CEO betrachten China als die grösste unternehmerische Chance, dies vor Indien (64 Prozent), Russland (48 Prozent) und Brasilien (46 Prozent). Gleichzeitig sehen 52 Prozent der CEO China und 28 Prozent Indien als die grösste Bedrohung für andere Märkte im Sinne einer Konkurrenz. Die CEO der BRIC-Länder sehen Wettbewerbsvorteile in der Qualität und Produktivität ihrer Arbeitskräfte und in ihrer politischen und institutionellen Stabilität sowie in ihrer Nähe zu grossen Verbrauchermärkten. Die CEO wollen mit verschiedenen Aktivitäten ihre strategischen Ziele in den BRIC-Ländern erreichen. Zuoberst auf der Liste steht die Bildung von Allianzen, gefolgt von der Eröffnung neuer Geschäftsstellen, der Entwicklung einmaliger Produkte, Auslagerung, Fusionen und Übernahmen sowie Offshoring.

Komplexität bewältigen ist die grosse Herausforderung

Die Komplexität, die aufgrund des zunehmenden interkontinentalen Handels sowie durch geopolitische Kräfte entstanden ist, wird parallel zur Globalisierung stärker. Laut 77 Prozent der CEO hat die Komplexität ihres Unternehmens in den letzten drei Jahren zugenommen. Die Umfrageergebnisse deuten jedoch darauf hin, dass man die

Komplexität nicht voll und ganz im Griff hat. Weniger als 17 Prozent der CEO beurteilten ihre Bewältigung der Komplexität als "sehr gut". Am stärksten erhöht sich die Komplexität des Unternehmens laut 65 Prozent der CEO durch die Ausdehnung der Geschäftstätigkeiten auf neue Gebiete und durch Fusionen und Übernahmen. An zweiter Stelle steht mit 58 Prozent die Lancierung neuer Produkte und Dienstleistungen. Weiter erhöhen nationale und internationale Vorschriften sowie Gesetze, Handlungen von Konkurrenten oder der Wandel der Kundenansprüche die Komplexität. 97 Prozent der CEO haben mindestens ein Programm zur Reduzierung der Komplexität ihrer Organisation, und 77 Prozent haben fünf oder mehr solcher Programme. Die CEO fokussieren ihre Komplexität reduzierenden Aktivitäten in erster Linie auf die Bereiche IT (84 Prozent) und Organisationsstruktur (79 Prozent).

Informationen zur Studie
Region der Befragung:

Insgesamt wurden 1410 Interviews in 45 Ländern durchgeführt. 463 Interviews wurden in Europa durchgeführt, 187 in den Vereinigten Staaten (in Nordamerika zusätzlich 58 in Kanada und 14 in Mexiko), 301 in Südamerika, 56 im asiatisch-pazifischen Raum und in Afrika.

Befragung nach Branchen:

17 Prozent der befragten Unternehmen sind Finanzdienstleistungsunternehmen, 14 Prozent Technologie- und Medienunternehmen und 68 Prozent Unternehmen der Produktionsbranche (Konsumenten- und Industriegüterhersteller, Handelsfirmen und Einzelhändler).

Erträge der befragten Unternehmen:

Von den befragten Unternehmen verzeichneten 23 Prozent Einnahmen von über \$ 1 Milliarde, 10 Prozent nahmen zwischen \$ 500 Millionen und \$ 1 Milliarde ein, 58 Prozent weniger als \$ 500 Millionen und 9 Prozent machten keine Angaben. Nach Regionen befindet sich die grösste Konzentration von Unternehmen mit Erträgen von über \$ 1 Milliarde im asiatisch-pazifischen Raum (34 Prozent), gefolgt von Europa (30 Prozent) und den USA (16 Prozent).

Die Studie kann als PDF-File bei Claudia Steiger bezogen werden.

Kontakt:

Claudia Steiger
PricewaterhouseCoopers
Public Relations
E-Mail: claudia.steiger@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100503723> abgerufen werden.