

16.02.2009 - 14:00 Uhr

## Ernst & Young: Cash regiert die Welt, da Unternehmen den Gürtel enger schnallen

Zürich/London (ots) -

Die Studie von Ernst & Young, die 350 globale Unternehmen umfasst, zeigt ein sich schnell wandelndes Geschäftsumfeld voller Herausforderungen.

Die heute veröffentlichte Studie von Ernst & Young "Opportunities in Adversity" zeigt, dass 350 wichtige globale Unternehmen - darunter acht Schweizer Unternehmen - ihre Geschäftsstrategien an die tiefe weltweite Rezession anpassen und welches ihre wichtigsten Prioritäten für die kommenden zwölf Monate sind.

### Interne Kostensenkungen und Freisetzung von liquiden Mitteln

Der Ausgangspunkt für jedes Geschäft sind liquide Mittel und viele Unternehmen haben den Gürtel bereits sehr viel enger geschnallt. Nahezu 40% der befragten Unternehmen waren der Meinung, dass sich das Geschäftsumfeld in ihren spezifischen Sektoren deutlich verschlechtert hat. Ein Drittel der Befragten stellte einen Rückzug der Konkurrenz und einen Anstieg der Konkurse fest. Mehr als zwei Drittel haben die Risikoberichterstattung an die Verwaltungsräte bereits ausgeweitet.

Der Druck, Kosten zu senken, hat sich auf die interne Geschäftsstrategie ausgewirkt. Mehr als 80% der Umfrageteilnehmer haben bereits umfangreiche Kosteneinsparungsanalysen durchgeführt, fast zwei Drittel haben ein Stellenabbauprogramm initiiert und über die Hälfte haben die IT-Ausgaben rationalisiert. Europäische Unternehmen bemühen sich eher als US-amerikanischen Unternehmen, die Immobilien- und IT-Ausgaben zu senken als direkt oder indirekt Personalkosten einzusparen.

Die Kreditkrise hat Unternehmen gezwungen, nach Alternativen zur Liquiditätsverbesserung zu suchen. Fast die Hälfte der Umfrageteilnehmer hat Geschäftsbereiche abgestossen oder geschlossen und 43% hielten Ausschau nach alternativen kurzfristigen Finanzierungen. 23% der Unternehmen zogen Optionen in Erwägung, ihre Kredite neu zu verhandeln sowie proaktiv mit Kreditgebern, Analysten und Rating-Agenturen zu kommunizieren. Kaum ein Viertel gab an, die Verfügbarkeit von liquiden Mitteln sei kein Problem.

Mark Otty, Area Managing Partner von Ernst & Young für die Region EMEA (Europa, Naher Osten, Indien und Afrika), erklärt: "Diese Umfrage liefert eine gute Momentaufnahme der globalen Unternehmen, die bereits dabei sind, die Kreditkrise zu bewältigen und sich nun fragen, wie sie der Rezession begegnen können. Die Geschäftswelt hat jedoch schon in der Vergangenheit deutliche Baissen erlebt, daher haben wir die Gelegenheit aus vergangenen Krisen zu lernen. In den nächsten zwölf Monaten wird es eindeutig Verlierer geben, doch gibt es auch eine bedeutende Minderheit von klaren Gewinnern."

### Kunden und Zulieferer gleich stark betroffen

Die befragten Unternehmen beobachten ihre Kunden sowie ihre Lieferkette bereits sehr genau. Der Grund hierfür liegt auf der Hand: Über die Hälfte der Unternehmen gab an, dass sich die Kreditwürdigkeit der Kunden verschlechtert hat (nahezu 60% in Europa). Bei ebenfalls über der Hälfte befinden sich Schlüsselkunden in Schwierigkeiten und die zeitliche Verzögerung zwischen den

Kundenaufträgen und Inkasso hat sich ausgeweitet.

Die Unternehmen haben ihre Strategien entsprechend an dieses neue Umfeld angepasst. Bei fast einem Drittel hat sich der Fokus auf wichtige Kunden verstärkt und über 40% der Unternehmen entwickeln neue Produkte. Ein Drittel der Umfrageteilnehmer erklärten, dass Sorgen um bestehende Kunden sie dazu veranlasst hätten, ihre Kundenbasis auszubauen. Weitere 33% haben Verträge mit Kunden, bei denen sie das Ausfallrisiko als hoch einschätzten, gekündigt.

Was die Lieferanten anbelangt, so verfolgten die befragten Unternehmen zu gleichen Teilen zwei sehr unterschiedliche Strategien: Die eine Hälfte hat ihre Lieferantenbasis reduziert, um auf diese Weise günstigere Preise oder Konditionen zu erhalten, während die andere Hälfte ihre Lieferantenbasis ausgebaut hat, um die Auswirkungen eines möglichen Ausfalls eines wichtigen Zulieferers zu mildern. Die Mehrheit aller Unternehmen kommuniziert bereits proaktiver mit ihren Lieferanten, die Hälfte verhandelte die Zahlungsbedingungen häufiger mit ihren Lieferanten und über 25% der Umfrageteilnehmer gaben an, dass wichtige Lieferanten unter finanziellen Problemen litten.

Martin Studer, Leiter Business Risk Services von Ernst & Young EMEA, sieht es so: "Jetzt ist nicht die Zeit für Unternehmen, konservativ zu handeln oder inaktiv zu sein. Wie die Analyse vergangener Rezessionen zeigt, gehen diejenigen Unternehmen am stärksten aus der Krise hervor, die Möglichkeiten zur Stützung ihrer Geschäftsentwicklung während der Konjunkturabkühlung klar erkennen und strategische Entscheidungen treffen, durch die sie sich von der Konkurrenz abheben. In einer Krise bietet sich eher die Gelegenheit, einen Wandel schneller und effektiver voranzutreiben als während einer Wohlstandsphase."

Die Unternehmen wurden auch zu ihren wichtigsten strategischen Prioritäten in den kommenden zwölf Monaten befragt. Die grosse Mehrheit nannte den Schutz der Vermögenswerte, die Leistungsverbesserung sowie die Restrukturierung ihres Geschäfts als zentrale Ziele. Im Hinblick auf das Cash Management zogen zwei Drittel der Befragten eine Top-down-Prüfung ihres derzeitigen Cash Managements und ihrer Cashflows in Betracht; die Hälfte der Unternehmen bauen Betriebskapitalmassnahmen in die Leistungsziele des Managements ein und 36% denken darüber nach, welche Anlagen sich möglicherweise in Cash umwandeln liessen.

Welche Sparmassnahmen sind in Zukunft geplant?

Die Umfrageteilnehmer vermittelten ein recht einheitliches Bild hinsichtlich der Bereiche, an denen gespart werden kann. Die Unternehmen rechnen mit deutlichen oder zumindest angemessenen Einsparungen bei ihren Lieferketten (58%), in den Bereichen Sales und Marketing (42%), Operations (56%) sowie bei IT-Funktionen (43%).

In strategischer Hinsicht erwägen 40% der globalen und 53% der europäischen Unternehmen, Bereiche, die nicht zum Nichtkerngeschäft gehören sowie ertragslose Geschäfte zu veräussern. Weitere Pläne betreffen die zunehmende Nutzung von Shared-Service-Zentren (27%) beziehungsweise Outsourcing (31%), das Schliessen von strategischen Allianzen (30%) sowie die Verlegung der Geschäfte an Standorte mit niedrigeren Kosten (31%). Laut den befragten Unternehmen spielte Outsourcing insbesondere in den Bereichen IT, Logistik und Human Resources eine zunehmend wichtigere Rolle. Ein angemessener Teil der Unternehmen nahm die Rezession als eine Chance wahr, ihre Geschäftstätigkeit auszudehnen. 34% der globalen und 38% der europäischen Unternehmen spielen mit dem Gedanken, strategische Akquisitionen zu tätigen.

Louis Siegrist, Leiter Transaction Advisory Services von Ernst & Young Schweiz, erklärt: "Es gelten dieselben Grundregeln - egal ob Unternehmen einen Teil ihres Geschäfts veräussern, um Barmittel zu beschaffen, damit sie den schwierigen Zeiten besser trotzen können,

oder ob sie sich aktiv darum bemühen, notleidende Anlagen von ihren Konkurrenten zu kaufen: Seien sie vorbereitet und flexibel, denken Sie das Unerwartete und ergreifen Sie entschlossene Massnahmen."

#### Schwellenmärkte und Wachstum

Während die meisten Industrieländer als stagnierend oder rückläufig angesehen wurden, sahen die Unternehmen nach wie vor grosse Chancen in den Schwellenmärkten. Die meisten globalen Unternehmen sind der Meinung, dass China (59%), Indien (45%), Südostasien (26%) und Osteuropa (31%) zu den Gebieten der Welt gehören, welche die besten Wachstumschancen bieten. Etwa 18% der befragten Unternehmen erwarten in naher Zukunft weiterhin ein beträchtliches Wachstum in den Schwellenmärkten; die Mehrheit (57%) rechnet damit, dass sich das Wachstum fortsetzt - wenn auch langsamer als in den vergangenen zwei Jahren - und 25% gehen davon aus, dass sich das Wachstum deutlich abschwächen wird.

Mark Otty fügt hinzu: "Die Unternehmen haben völlig recht, nach wie vor an die Chancen in den Schwellenmärkten zu glauben. Eine kürzlich veröffentlichte Studie, die von Ernst & Young gesponsert wurde, zeigt, dass Brasilien, Russland, Indien und China zwischen 2009 und 2020 40% zum globalen Wirtschaftswachstum beitragen werden.

#### Informationen zur Studie

Die Economist Intelligence Unit befragte im Januar 2009 im Auftrag von Ernst & Young 337 Verwaltungsratsmitglieder internationaler Unternehmen dazu, wie die Konjunkturabkühlung sich auf ihre strategischen Ziele und ihre Geschäftstätigkeit ausgewirkt hat. Die Hälfte dieser Unternehmen wies einen Umsatz von 10 Mrd. USD und mehr aus.

Die gesamte Studie steht im Internet unter [www.ey.com/ch](http://www.ey.com/ch) zur Verfügung.

#### Kontakt:

Simone Jeanne Isermann  
Ernst & Young  
Mediensprecherin  
Tel.: +41/58/286'35'97  
E-Mail: [simone.isermann@ch.ey.com](mailto:simone.isermann@ch.ey.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100016476/100577780> abgerufen werden.