

Pressemitteilung:

Aus Corona nichts gelernt?

Aktuelle Stimmungsumfrage unter deutschen Führungskräften stimmt nachdenklich: Trotz Pandemie-Erfahrung scheinen sich nur wenige Unternehmen systematisch auf zukünftige Krisen vorzubereiten.

Angesichts der noch immer laufenden Pandemie wollte die Unternehmensberatung Mayflower Concepts von Führungskräften wissen, wie gut ihr Unternehmen auf Krisen vor Corona vorbereitet war – und ob sich daran seither etwas geändert hat. Die Ergebnisse deuten an, dass viele Firmen dabei großen Nachholbedarf haben könnten. Aber auch, dass vorbereitete Unternehmen schneller und einfacher durch die Krise gekommen sind als solche, die sich vorher nicht mit potenziellen Krisen auseinandergesetzt hatten.

Vollständige Unternehmens-Lockdowns, fehlende digitale Infrastrukturen, krisenanfällige Geschäftsmodelle ohne Back-ups: Warum nur wurden viele Unternehmen von der Pandemie so kalt erwischt? Die Antwort scheint nahezuliegen: Sie waren nicht auf Krisen vorbereitet. Die Hamburger Strategieberatung Mayflower Concepts wollte es genauer wissen und lud per Anzeige im den Business-Netzwerk Xing über 10.000 Führungskräfte ein, sich an einer Umfrage zur Erfahrung mit Krisenmanagement vor und nach dem Corona-Ausbruch zu beteiligen. Auch wenn die Ergebnisse der Umfrage nicht den Anspruch haben, repräsentativ zu sein, geben sie in ihrer Deutlichkeit dennoch ein wenig erfreuliches Stimmungsbild wieder.

So haben nur etwa ein Drittel der teilnehmenden Führungskräfte vor der Pandemie in ihren Unternehmen eine systematische Krisenvorbereitung wahrgenommen.

„Wenn diese Umfrage auch nur annähernd ein Abbild der Realität sein sollte, wäre das eine Katastrophe“ kommentiert Heino Hilbig,

Mayflower Concepts

Heino Hilbig

Stormarnhöhe 36

21031 Hamburg

phone +49 40 30 89 2227

contact@mayflower-concepts.com

www.mayflower-concepts.com

Steuer-ID: DE279464954

Geschäftsführer von Mayflower Concepts. „Die erste Regel für jede gute Strategie lautet, alle verfügbaren Augen und Ohren im Markt zu haben. Nur wer plötzliche Veränderungen, wozu Krisen ja auch gehören, früh wahrnimmt, kann auch früh reagieren.“ so Hilbig. Deshalb müsse mindestens jede Führungskraft, besser noch, jeder Mitarbeiter über die Existenz von Krisenplänen und die Alarmketten innerhalb des Unternehmens Bescheid wissen.

Besonders spannend wurden die Antworten aber, als es um die Zeit danach ging, also um Fragen, was sich durch die Pandemie verändert habe.

So sahen 34,6% der Führungskräfte, die in ihrem Unternehmen eine Krisenvorbereitung wahrgenommen haben, dieses bereits einen Monat nach Beginn der Pandemie wieder in einem „operativen Normalmodus“, in dem neue Routinen die Improvisation ersetzt haben. Und nach drei Monaten war diese Unternehmensgruppe bereits laut 46,1% der Führungskräfte wieder auf einem stabilen operativen Weg. Im Gegensatz dazu sahen bei den nicht-vorbereiteten Unternehmen nur 12,2% ihr Unternehmen nach einem Monat wieder auf dem richtigen Pfad, nach drei Monaten waren es gerade mal ein Drittel (34,6%).

Besonders tragisch dabei ist, dass diese ersten drei Monate entscheidend zu sein scheinen, was die Rekonvaleszenz, also die Heilung der Organisation, betrifft: Wer nach drei Monaten noch keinen „operativen Normalzustand“ – also das Ende der Improvisation - wieder herstellen konnte, hat dies auch bis zum Zeitpunkt der Umfrage (Februar 2021) nicht erreicht. Über 30% aller Manager aus nicht-krisenvorbereiteten Unternehmen geben an, dass man noch immer an einer Wiederherstellung der Prozesse arbeite – bei den Krisen-vorbereiteten Unternehmen sehen das weniger als 20% der Führungskräfte so.

„Krisen kommen – wie jede disruptive Marktänderung – plötzlich, aber selten“ sagt der Vertriebsexperte Georg Kühling. Das könne einer der Gründe sein, weshalb Unternehmen die Investition für ein internes

Krisenmanagement scheuten. „Aber am Ende zahlt es sich aus, wie die Umfrage nahelegt“, so Kühling weiter. Wichtig sei, so Kühling

- mindestens Führungskräfte früh in Krisenvorbereitung einzubeziehen, so dass disruptive Veränderungen und Krisen möglich frühzeitig erkannt werden,
- Alarmketten zu definieren sowie
- Abwehrmaßnahmen und Lösungen sowie Kommunikation parallel bereichsübergreifend und beispielhaft zu erarbeiten – und in der Krise dann aufeinander abgestimmt durchzuführen.

Bei allem erforderlichen Ernst sei dieser Prozess kreativ und leicht umsetzbar. Es könne sogar Spaß machen, sich damit zu befassen. So beschreibt Geschäftsführer und Autor Hilbig die eingesetzte Methodik in seinem Buch ‚Zukunftsmanagement für den Mittelstand – ein Leitfaden für Krisenzeiten‘.

„Diese Pandemie wird nicht die letzte Krise sein, die ein Unternehmen, eine ganze Branche oder sogar ganze Märkte bedroht. Wer davor die Augen verschließt, riskiert die Gesundheit seines Unternehmens.“ warnt Hilbig.

Um so bedenklicher stimmt es, wenn ein Jahr nach Beginn der Corona-Krise gerade mal ein Viertel (26,0%) der bislang nicht vorbereiteten Unternehmen einen Erneuerungsprozess nicht nur als guten Vorsatz, sondern tatsächlich schon angestoßen haben!

Über die Umfrage:

Im Zeitraum 1. Februar bis 2. März 2021 wurden an Führungskräfte des Business-Netzwerks XING Anzeigen ausgespielt, in denen zur Teilnahme an der Umfrage aufgerufen wurde. Die Daten wurden anonym, also insbesondere ohne Details wie Arbeitgeber oder Funktionen im Unternehmen abgefragt. Insofern sind die Ergebnisse nicht verallgemeinerbar.

Alle Ergebnisse der Umfrage können unter <https://mayflower-concepts.com/index.php/presse> heruntergeladen oder per E-Mail unter marketing@mayflower-concepts.com angefordert werden.

Über das Unternehmen

Mayflower Concepts

- wurde 2011 gegründet
- ist eine ganzheitlich arbeitende Strategieberatung, die sich primär mit Veränderungsmanagement befasst
- berät Unternehmen bereichsübergreifend (Vertrieb, Marketing, Organisation, IT) bei den Themen langfristige Zukunftsstrategien, disruptive Veränderungen und Krisenmanagement

Über das Buch:

Zukunftsmanagement für den Mittelstand – ein leicht lesbarer Leitfaden für Krisenzeiten

Beschreibt auf seriöse, aber dennoch unterhaltende Weise

- warum man Zukunft eigentlich nicht planen kann
- weshalb man es dennoch tun sollte
- wie man dafür vorgehen kann

2. überarbeitete Auflage

Erschienen im Verlag SpringerGabler, Wiesbaden

ISBN 978-3-658-31245-9

Bildrechte

© Mayflower Concepts – Abdruck frei, um Beleg wird gebeten

Pressekontakt für weitere Rückfragen

Heino Hilbig

Mayflower Concepts

Phone: 040 3089 2227

Mail: hilbig@zukunftsmanagement.online

Web: mayflower-concepts.com