

« Manager 2012 »

Struktur**Seite**

TMC-Fokus: Effizienzberatung	3
1. Einleitung	4
2. Aktualität des Themas	5
3. Statistische Daten	6
3.1. Das Unternehmen	6
3.2. Der Manager	7
4. Unternehmensvergangenheit	8
5. Aktuelle Unternehmenssituation	9
6. Aktuelle Unternehmensthemen	10
7. Unternehmensperspektiven	13
8. Ausblick	14
TMC-Koordinaten	15

TMC-Fokus: Effizienzberatung



1. Einleitung

Zu Beginn des Jahres 2012 hat sich die TRUST MANAGEMENT CONSULTANTS Gruppe an insgesamt 974 Manager gewandt, dies verbunden mit der Bitte, einen Fragebogen auszufüllen. Das Ziel dieser Befragung besteht darin, Klarheit über den „Manager von Heute“ zu erhalten

Wir haben 218 beantwortete Fragebögen erhalten, was einer Rücklaufquote von 22,4 % entspricht.

An dieser Stelle möchten wir uns bei denjenigen Managern bedanken, die sich die Zeit und Mühe genommen haben, den Fragebogen zu beantworten und diesen – in anonymisierter Form – uns zur Verfügung gestellt haben.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und stehen Ihnen – im Falle von Fragen – jederzeit gerne zur Verfügung.

Ihre
TMC
TRUST MANAGEMENT CONSULTANTS Gruppe

2. Aktualität des Themas

Das Bild des Managers befindet sich im permanenten Wandel: Endogene wie exogene Faktoren beeinflussen direkt und indirekt den Tagesablauf eines Managers. Waren früher die Strategien und Ziele langfristig ausgerichtet, umfaßt eine Langfristbetrachtung nicht mehr – wie früher – fünf und mehr Jahre, sondern heutzutage maximal zwei Jahre.

Globale Player kommen auf den Markt, verschwinden wieder, neue Produkte kommen auf den Markt, revolutionäre Kommunikationstechniken lassen die Reaktionsdauer auf „real time“ zusammenschrumpfen. Kurzfristige Aktionen stehen in der Wirtschaft und bei Unternehmen eindeutig im Vordergrund.

Burn-out Syndrome – selbst bei jungen Managern – zeigen, daß der Manager von heute eher zu einem „Getriebenen“ geworden ist.

3. Statistische Daten

3.1. Das Unternehmen

Die befragten Unternehmen haben typischerweise einen durchschnittlichen **Umsatz** von € 2.184 Mio. (eine Spannweite von € 25 Mio. bis € 24 Mrd. abdeckend) in 2011 gehabt, wobei diese durchschnittlich 1.717 **Mitarbeiter** (schwankend zwischen 45 und 14.500) beschäftigen.

Relevant ist, daß die **Eigenkapitalquote** sich im Jahre 2011 auf durchschnittlich ca. 32 % der befragten Unternehmen belief.

Die Unternehmen sind zu knapp 77 % **international** ausgerichtet und unterhalten zu 78 % Produktionsstätten in Deutschland, gefolgt mit Produktionsstätten in Fern-Ost (38 %) und zu je 23 % in Nord-, bzw. Süd-Amerika.

Die **Ausländerquote** in den befragten Unternehmen belief sich im Durchschnitt auf 26 %.

Die jeweiligen **Vertriebsaktivitäten** der jeweiligen Unternehmen fokussieren sich zu 84 % auf Europa, zu 38 % auf den Nahen, Mittleren und Fernen Osten.

Die **Branchen**, in denen sich die untersuchten Unternehmen bewegen, sind breit gestreut – mit einem gewissen Schwerpunkt in Richtung Automotive, Elektrotechnik und Logistik - reichen von Dienstleistungsunternehmen im Bereich Software über Maschinenbauunternehmen hin zu Unternehmen im Gesundheitswesen.

3. Statistische Daten

3.2. Der Manager

Typischerweise hat der befragte Manager ein **Alter** von 49 Jahren und hat – das jetzige Unternehmen mit eingerechnet - bei 4 unterschiedlichen **Arbeitgebern** gearbeitet.

Das durchschnittliche **Gesamtgehalt** der befragten Probanden belief sich auf € 165.500 brutto p.a., wobei das Grundgehalt im Durchschnitt sich auf € 123.660 p.a. brutto belief.

Zu 46 % befanden sich die entsprechenden Manager auf Vorstands- bzw. Geschäftsführungsebene und zu jeweils 13 % dem IT-Bereich, Vertrieb, Marketing bzw. Finanzen, Controlling zugehörig.

4. Unternehmensvergangenheit

Offensichtlich haben sich aus der Reihe der möglichen **Einflußfaktoren** (Brand, finanzielle Stärke, aktuelle Produkte / Dienstleistungen, starker Vertrieb, Innovation bis hin zur Fokussierung auf die Kernkompetenzen) die folgenden 3 wichtigsten Kriterien herauskristallisiert:

- die aktuellen Produkte bzw. Dienstleistungen zu 34 %
- die Innovationskraft des Unternehmens mit 21 %
- gefolgt von der finanziellen Stärke zu 12 %

Typischerweise sind die Unternehmen ihren jeweils ausgewählten Banken gegenüber treu. Zu 91 % fand kein Wechsel bezüglich der **Bankverbindungen** statt.

Die **Krise** um das Jahr 2009 herum hat deutliche Spuren hinterlassen, wobei die Unternehmen zu 27 % mit drastischen Kostensenkungsprogrammen und zu gleichem Prozentsatz mit Personalentlassungen reagiert haben.

Interessant ist, daß – trotz der damaligen Krise - 11 % der befragten Unternehmen antizyklisch mit gezielten Investitionen in den Vertrieb geantwortet haben.

5. Aktuelle Unternehmenssituation

Die meisten der befragten Unternehmen geben an, daß ihr Unternehmen in Deutschland – verglichen mit dem **Wettbewerb** - zu 92 % gut aufgestellt ist und dementsprechend zu 40 % dem **Funktionsbereich** Marketing / Vertrieb die höchste Priorität beimessen – gefolgt von dem Strategiebereich (zu 25 %).

Die dritt-höchste Priorität besetzt der Funktionsbereich Produktion / Fertigung / Operations zu 20 %.

Am unteren Ende der Skala finden wir die Funktionsbereiche HR, IT und Logistik.

Von Bedeutung ist die Beantwortung der Frage, wie die Manager die **finanzielle Situation** ihres jetzigen Unternehmens beurteilen:

- 42 % gaben an, daß sie die finanzielle Situation als stabil und als gut gerüstet für die Zukunft beurteilen, während ein gleichgroßer Prozentsatz einen Finanzbedarf als spürbar definierte.
- Und 16 % der befragten Manager geben an, daß die derzeitige finanzielle Situation ihres Unternehmens als befriedigend zu beurteilen ist.

6. Aktuelle Unternehmensthemen

Derzeit werden als „heiße“ Unternehmensthemen im HR-Bereich die **Schwerpunkte** auf

- Talent Management
- Diversity
- Frauenquote
- demografische Entwicklung in Deutschland

gelegt.

Interessant ist, daß das Talent Management eindeutig im Fokus der Unternehmen steht, wobei die Beachtung der Prinzipien der Diversity eine gleich hohe Aufmerksamkeit genießt.

Die Forderung nach der Frauenquote wird zu 34 % der befragten Unternehmen mißachtet bzw. steht nicht im Fokus, wobei ebenfalls die demografische Entwicklung in Deutschland bei Unternehmen zu 26 % keine Beachtung findet.

Eine eindeutige Stellungnahme beziehen die Befragten bezüglich der Frage nach der **Vorbildfunktion** als Manager; es haben 100 % der Manager die Frage mit „ja“ beantwortet und sind sich somit ihrer Verantwortung bewußt.

6. Aktuelle Unternehmensthemen

Beachtenswert ist, daß im Falle eines eventuell notwendigen **Umzuges** die Manager zu 45 % Verständnis für eine derartige Forderung seitens ihres Arbeitgebers haben und sie bereit wären, innerhalb von Deutschland umzuziehen.

Ein anderes Bild ergibt sich, wenn der eventuelle Umzug ins Ausland zielen würde – hier wären immerhin noch 31 % bereit, unter bestimmten Umständen umzuziehen, hingegen 9 % wären keinesfalls bereit, ihren Standort zu verlagern.

Bei dem möglichen Umzugsziel ins Ausland stehen *China* und die USA mit jeweils 21 % an erster Stelle, gefolgt von dem europäischen Ausland.

Hingegen ist interessant, daß 14 % der befragten Manager nicht bereit wären, nach Russland oder Indien zu ziehen, wobei die Liste der nicht attraktiven Länder Namen umfaßt, wie Indonesien, Mexiko, Bangladesch und Saudi Arabien.

Befragt nach der derzeitigen **Verantwortung**, die ein Manager trägt, führten 83 % aus, daß die Verantwortung heutzutage größer als in der Vergangenheit geworden ist und 16 % deuteten an, daß die Verantwortung unverändert hoch ist, also sich nicht verändert hat.

Relevant war die Frage nach dem Einfluß der **Corporate Governance** auf das persönliche Handeln. 66 % der befragten Manager führten aus, daß die Corporate Governance einen maßgeblichen Einfluß habe, während die übrigen befragten Manager einen möglichen Einfluß verneinte.

6. Aktuelle Unternehmensthemen

Auf die Frage, ob die befragten Manager stolz darauf sind, den **Beruf** eines Managers ergriffen zu haben, befürworteten 84 % diese Frage – hingegen äußerten 16 % der Manager, daß sie Probleme mit dem ausgeübten Beruf haben.

Völlig unklar waren die Antworten, inwieweit die **Politik** einen größeren oder kleineren Einfluß auf die Wirtschaft bzw. insbesondere auf die Finanzwirtschaft genommen habe.

Hier zeichnet sich ab, daß die Meinung der Manager ambivalent ist, was den Einfluß der Politik auf die Wirtschaft betrifft, da jeweils 50 % der befragten Manager sich als Antagonisten und Protagonisten deklarierten.

58 % der Befragten tendieren dahin, daß die Politik einen größeren Einfluß auf die Finanzwirtschaft genommen habe.

Befragt nach der Bedeutung von **Netzwerken** und Partnerschaften für das Unternehmen stellten 61 % dar, daß diese einen großen Einfluß haben, während 30 % der Manager die Meinung vertreten, daß Netzwerke und Partnerschaften nur von durchschnittlicher Bedeutung sind.

7. Unternehmensperspektiven

Die **Zukunft** von Unternehmen in der Wirtschaft heutzutage zu fassen, ist äußerst schwierig, da die ehemals definierte Langfristigkeit (8 – 10 Jahre) heute nur noch 2 bis 3 Jahre umfaßt.

Dennoch planen 67 % der befragten Unternehmen in diesem und im künftigen Jahr weitere Aktivitäten im internationalen Umfeld zu initiieren.

72 % der Manager gehen davon aus, daß der **Wettbewerb** generell härter wird, hingegen 27 % sagen aus, daß der Wettbewerb wahrscheinlich so bleiben wird, wie er derzeit ist.

Befragt nach den Kontinenten bzw. Ländern, aus denen starker Wettbewerb zu erwarten ist, wurde China mit 26 % angegeben, gefolgt von Wettbewerbern zu 16 % aus Europa – hier insbesondere aus Deutschland und aus Italien zu jeweils 10 % gleichauf.

Beachtenswert sind die Antworten, die man erhält, fragt man nach dem **Funktionsbereich** mit dem künftig höchsten Maß an Bedeutung. Eindeutig liegt hier der Strategiebereich mit 30 % an erster Stelle, gefolgt von Marketing / Vertrieb mit 17 % und dem Einkauf ebenfalls mit 17 %.

Als der Bereich mit der geringsten strategischen Bedeutung wurde von den Managern interessanterweise der IT-Bereich benannt.

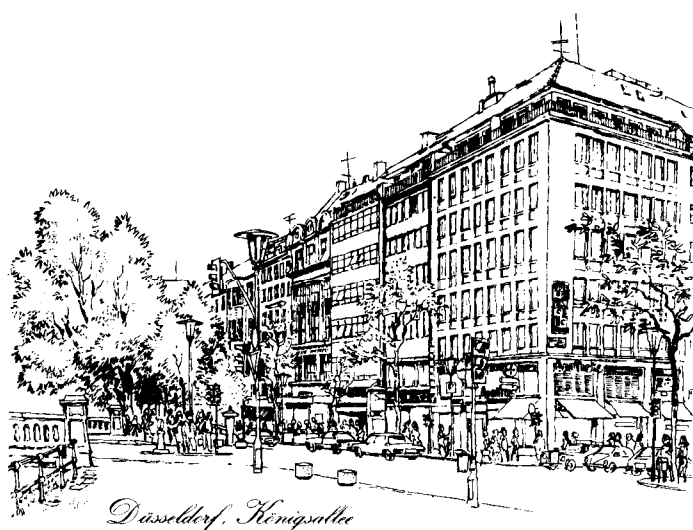
8. Ausblick

War früher der Datenkranz, der Einfluß auf eine Managemententscheidung hat, überschaubar und klar, so ist heute die gleiche Entscheidung mit einer Vielzahl von Imponderabilien behaftet und kann durchaus – dank besserer Einsicht (dank neuer Informationen) – relativ schnell „über den Haufen geworfen werden“.

In Zeiten von immer höherer Entscheidungsgeschwindigkeiten und einer stets wachsenden Komplexität ist es schwer, Ruhe und Übersicht zu bewahren.

In diesem Kontext ist es von Relevanz, daß dennoch der Beruf eines Managers nach wie vor eine hohe Attraktivität auszeichnet und Manager stolz darauf sind, diesen Beruf auszuüben.

TMC-Koordinaten



Düsseldorfer Königsallee

TMC®

Trust Management Consultants

growth efficiency

corporate resources efficiency

cost efficiency

DÜSSELDORF

Königsallee 52
Telefon +49 (0) 211-865 760
Internet: www.TMCgroup.de

40212 Düsseldorf
Telefax +49 (0) 211-8 657 616
E-mail: TMC@TMCgroup.de



FRANKFURT

Oranienstraße 13 65812 Bad Soden
Telefon +49 (0) 6196-655 188
Telefax +49 (0) 6196-644 392



AMERIKA
Chicago • Mexico •
New York • San
Francisco • Toronto

EUROPA
Barcelona • Dublin • London •
Lugano • Luxemburg • Madrid •
Mailand • Moskau • Paris •
Warschau • Zürich

**PAZIFISCHER
OZEAN**
Bombay • Hongkong •
Shanghai • Singapur •
Sydney • Tokio