

21. Juli 2020

Deutsche Unternehmen kommen im internationalen Vergleich am besten durch COVID 19-Krise

- *Weltweite HSBC-Umfrage unter 2600 Firmen*
- *Nachhaltigkeit gilt als hohe Priorität*
- *Qualität von Kundenbeziehungen steigt*

Die Maßnahmen der Bundesregierung zur Bewältigung der COVID19-Krise scheinen deutsche Unternehmen vergleichsweise gut durch die Krise zu bringen. Wie eine groß angelegte Umfrage von HSBC zeigt, ist der Anteil der Unternehmen, die durch die Pandemie stark beeinträchtigt sind, in Deutschland mit 53 Prozent am geringsten. Zum Vergleich: Weltweit gaben 72 Prozent der Teilnehmer an, die Auswirkungen der Krise stark zu spüren. Im Rahmen der Studie wurden 2600 Firmen in 14 Staaten mit einem Umsatz von mehr als 5 Millionen Dollar befragt, darunter 200 deutsche Unternehmen.

„Dank der schnellen und umfangreichen Reaktion der staatlichen Institutionen ist die initiale Bewältigung der COVID19-Krise in Deutschland bisher gut gelungen“, sagt Nicolo Salsano, verantwortlicher Vorstand für Commercial and Institutional Banking bei HSBC Deutschland. „Nun ist es mit Blick nach vorn an der Zeit, die Lehren aus der Krise für die eigene Unternehmensstrategie zu ziehen. Ist das Geschäftsmodell noch passgenau oder muss es angepasst werden? In welche Bereiche sollte investiert werden? Bei all diesen Überlegungen wird das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger.“

Wie die Studie zeigt, scheint die Krise das Bewusstsein für nachhaltiges Wirtschaften geschärft zu haben. 61 Prozent der deutschen Unternehmen geben an, das Thema sei wichtiger geworden oder sogar wichtiger als je zuvor. Das liegt leicht unter dem weltweiten Durchschnitt von 65 Prozent. Für deutsche Unternehmen steht dabei das Thema Energiewende ganz oben auf der Prioritätenliste, gefolgt vom Kampf gegen den Klimawandel und der Förderung nachhaltigen Konsumentenverhaltens. Und gut die Hälfte der befragten Firmen plant, sich mit nachhaltigen Lieferketten und nachhaltiger Infrastruktur zu beschäftigen.

In den kommenden fünf Jahren setzen deutsche Unternehmen mit Blick nach vorn stark auf Investitionen in Technologie und Innovation. Die Firmen erwarten, dass dies unter anderem das mobile Arbeiten fördern wird und setzen mit Blick in die Zukunft verstärkt auf virtuelle Meetings. 39 Prozent der Befragten wollen Flugreisen zu Meetingzwecken reduzieren. Etwas mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer rechnet sogar damit, dass flexible Arbeitsformen bei ihnen zum Standard werden.

In den vergangenen zwei Jahren haben deutsche Firmen vor allem drei Maßnahmen ergriffen, um ihr Geschäft widerstandsfähig aufzustellen. Der Hauptfokus lag auf technologischen Änderungen und Innovation (59 Prozent). 42 Prozent der Befragten haben ihr Geschäft diversifiziert und 32 Prozent konsolidierten ihre Finanzen. Mit Blick auf die Krise gaben die Befragten an, die Investitionen in Technologie und Innovation hätten in den vergangenen Monaten den größten Mehrwert gebracht.

So sagen dann auch neun von zehn Unternehmen, sie seien zumindest teilweise bereit für die Herausforderungen der vergangenen Monate gewesen. Mehr als die Hälfte der befragten Firmen sagt gar, sie sei gut vorbereitet gewesen – auch wenn sie rückblickend mehr hätten tun können. Dies schlägt sich in der täglichen Arbeit nieder. Gut ein Fünftel der Unternehmen arbeitet auch in der Krise wie zu normalen Zeiten. Zwei Drittel arbeiten mit Einschränkungen, und nur etwas über ein Zehntel hat den Geschäftsbetrieb vorübergehend eingestellt.

Gleichzeitig verbesserte sich die Beziehung zu wichtigen Stakeholdergruppen. 82 Prozent der Umfrageteilnehmer sagen, sie fühlten sich ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern näher als vor der Krise. 81 Prozent gaben an, ihre Kundenbeziehungen seien besser geworden, und 76 Prozent sehen sich ihren strategischen Partnern und Zulieferern stärker verbunden. Neun von zehn Unternehmen haben während der Krise kleinere Geschäftspartner unterstützt bzw. haben selbst Unterstützung erfahren. Dies beinhaltete sowohl das Teilen von Expertise und Räumlichkeiten als auch eine bevorzugte finanzielle Behandlung.

Kontakt:

Grit Beecken

+49-172 611 3080

grit.beecken@hsbc.de

Über HSBC Deutschland

HSBC Deutschland ist Teil der HSBC-Gruppe, einer der führenden Geschäftsbanken der Welt mit Assets in Höhe von 2,715 Milliarden US-Dollar (Stand Dezember 2019). Sie ist die „Leading International Bank“ und verfügt über ein Netzwerk in 64 Ländern und Territorien weltweit, die für über 90 Prozent der Weltwirtschaftsleistung stehen. Kunden von HSBC Deutschland sind Unternehmen, institutionelle Kunden, der öffentliche Sektor und vermögende Privatkunden. Die Bank steht für Internationalität, umfassende Beratungskompetenz, große Platzierungskraft, erstklassige Infrastruktur und Kapitalstärke. HSBC Deutschland, die als HSBC Trinkaus & Burkhardt AG firmiert, wurde im Jahr 1785 gegründet und beschäftigt in Düsseldorf und an elf weiteren Standorten mehr als 3.000 Mitarbeiter.