

Unternehmensstudie 2014: Geringe Veränderungsbereitschaft im Mittelstand

23.03.2015, 19:18 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Marquardt+Compagnie*

Presseagentur: *Marquardt+Compagnie*



Quelle: pixabay.com

Es ist ein wiederkehrendes Thema und doch tut sich wenig. Innovationen, Veränderungen, Investitionen – die Geschäftsführer der Kommunikationsberatung Marquardt+Compagnie aus Marburg sind sich sicher: Ohne geht es nicht. Zum Anlass der Unternehmerstudie 2014 wurde das erfolgreiche Start Up interviewt.

Für KMU ist es ein leidiges Thema. Trotzdem beharren Oliver und Katharina Marquardt von Marquardt+Compagnie unaufhörlich darauf. „In den Köpfen der Mittelständler muss sich etwas ändern. Sonst werden die Deutschen am globalen Markt abgehängt“, äußert sich Oliver Marquardt.

Die Zeichen stehen auf Sturm

„Der Mittelstand spürt zwar den abstrakten Veränderungsdruck, nimmt ihn aber nur unzureichend wahr. Meist zeigt sich erst nach einem intensiven Austausch über die Entwicklungen des globalen Markts, der Digitalisierung und notwendiger Professionalisierung eine gewisse Veränderungsbereitschaft“, gibt Katharina Marquardt zu bedenken.

Vor kurzem präsentierte die OECD Ergebnisse, welche die langfristigen Auswirkungen der Untätigkeit am Wirtschaftsstandort Deutschland für unsere Wirtschaftskraft sein werden: In den nächsten 35 Jahren wird sich Deutschland nur mit Mühen in den weltweiten Top10 halten können. Dabei wird es nicht bei der abstrakten Wahrnehmung bleiben. Gerade den kleineren und mittelständischen Unternehmen wird in den kommenden ihre mangelnde Handlungsbereitschaft vor Augen geführt: Fehlende Investitionen in neue Techniken, Digitalisierung und Industrie wird ihre Wirtschaftskraft dauerhaft schwächen. Von allen Seiten drängen junge, dynamische Start Ups auf den Markt, die mutiger und liquide sind. „Während die Großunternehmen und Konzerne alles und jeden mobilisieren, um den Erhalt ihrer Marktposition zu gewährleisten, verharrt der Mittelstand im Dornröschenschlaf. Man ist erfolgsverwöhnt und zehrt von Erfolgen aus der Vergangenheit“, gibt Oliver Marquardt zu bedenken.

Studie Mittelstand: Nicht mal jeder dritte Inhaber nutzt Unternehmenskommunikation.

Aus gegebenem Anlass hat Marquardt+Compagnie noch 2014 eine Unternehmerstudie zum Thema „Innovationsbereitschaft und Unternehmenskommunikation“ unter knapp 40 hessischen mittelständischen Unternehmen durchgeführt. Die Ergebnisse zeichnen ein deutliches Bild. Demnach geben nur etwa 50 % der Inhaber dem Aspekt „Unternehmenskommunikation“ eine Relevanz. Nicht einmal jeder dritte Betrieb erkennt das Thema für sich überhaupt als wichtig. Eine Umfrage der Unternehmensberatung Accenture unterstreicht diese Befunde. Die vollständigen Ergebnisse können auf der Webpräsenz der Kommunikationsberatung heruntergeladen werden.

Werte werden wichtiger denn je.

Was muss sich tun? Oliver und Katharina Marquardt raten ihren Kunden konstant zum nachhaltigen Handeln. „Werte werden wichtiger. Innovationen sind nicht nur bei Prozessen notwendig. Die Wertesysteme der Verbraucher ändern sich. Das ist die natürliche Folge der vernetzten globalen Welt. Wenn die Betriebe das ignorieren, werden sie abgehängt“, meint der Geschäftsführer von Marquardt+Compagnie. Katharina Marquardt ergänzt: „Die Unternehmen brauchen eine authentische und moderne Unternehmenskultur. In diesem Zuge gewinnt Nachhaltigkeit enorm an Bedeutung. Nachhaltigkeit hilft den Unternehmen nicht nur bei einem effizienten Ressourcenmanagement, sondern auch bei Dingen, die damit bisher überhaupt nicht Verbindung gebracht worden sind“.

Marquardt+Compagnie sehen Nachhaltigkeit und überdauernde Werte als Basis ihrer Strategieberatung an. Das junge Unternehmen, welches trotz ihrer erst 2-jährigen Geschichte bereits einen stabilen Kundenstamm aufbauen konnte, beschreibt Nachhaltigkeit als ganzheitliche Sichtweise. Es gehe vor allem darum, die gesamte Führungskultur daran auszurichten. Dazu gehören auch die „weichen Faktoren“, wie sie sich im Personalmanagement finden. Ein Unternehmen, das nachhaltige Werte, wie z.B. einen ethisch korrekten Rohstoffeinkauf, ökologisch sinnvolle Energienutzung oder soziales Engagement vorweist, hat nicht nur bei Mitarbeitern gute Karten. Auch der mündige Kunde versteht unter Qualität inzwischen mehr, als eine gute Verarbeitung oder verlässliche Funktionen.

Die vollständigen Ergebnisse können Sie auf der Internetseite von Marquardt+Compagnie nachlesen.

Portrait

Marquardt+Compagnie ist eine inhabergeführte strategische Kommunikationsberatung für kleine und mittelständische Unternehmen aus Marburg mit drei Mitarbeitern. Kerntätigkeit sind Markenaufbau, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für die Branchen Energie, Nahrung und Maschinenbau. Fest verankert sind dabei partnerschaftlicher Umgang, erklärende Beratung und die Beachtung ethischer, sowie moralischer Werte. Marquardt+Compagnie wird von Katharina und Oliver Marquardt geführt und ist 2013 aus dem Netzwerk „Oliver Marquardt & Freunde“ hervorgegangen, das seit 2005 erfolgreich Marketingkonzepte für bekannte, international tätige Marken konzipiert und umgesetzt hat.