

# Ergebnisse der empirischen SCOPAR-Studie

## Beyond Corona

**Impulse für den Unternehmenserfolg von morgen**

Eine exklusive Studie mit Entscheidungsträgern der deutschen Wirtschaft

**SCOPAR GmbH**

Würzburg, den 29.10.2021

*Version -v09*

# Management Summary (1/3): Corona – ein Virus verändert (fast) alles

An der SCOPAR-Studie „Beyond Corona: Impulse für den Unternehmenserfolg von morgen“ nahmen bis September 2021 107 Entscheidungsträger und Verantwortliche verschiedenster Branchen der deutschen Wirtschaft teil. Erfahren Sie hier:

- wie sich die Corona-Pandemie auf die Unternehmen ausgewirkt hat
- mit welchen Maßnahmen auf die Krise reagiert wurde
- welche künftigen Herausforderungen in den Zeit nach Corona gesehen werden
- wie Sie sich schon heute darauf vorbereiten können

## Härtetest Corona: Was die Krise in Unternehmen bewirkt hat

- Branchenübergreifend **die größten Probleme** gab es durch **Umsatzrückgänge** (44% massiv bzw. stark betroffen) und der Schwierigkeiten bei der **Lieferfähigkeit der Lieferanten** (52%), aber auch bei der eigenen Lieferfähigkeit (30%).

**Lieferfähigkeit**  
**Umsatzrückgang**  
**Kostensteigerung**  
**Personalabbau**

- **Zu den am stärksten betroffenen Branchen** gehören **Produzierendes Gewerbe, Industrie und Handwerk** sowie der **Handel**. Hier führten die **Probleme in der Supply-Chain** zu deutlichen **Kostensteigerungen**, weshalb in der Produktion auch verstärkt **Personal abgebaut** wurde.
- **Gegen den Trend** konnten dagegen z.B. **Banken und Versicherungen** bei Umsatz, Kostenstruktur und Mitarbeiterzahl sogar **leicht zulegen**.
- Während die befragten kleineren Betriebe bis 50 Mitarbeitern und die größere Unternehmen größer 250 Beschäftigten recht gut durch die Krise kamen, berichten die **Mittelständler mit bis 250 Mitarbeitenden** von **massiven Problemen** und haben vermehrt Personal abgebaut.

➤ **Die Corona-Krise hat die deutsche Wirtschaft auf eine harte Probe gestellt und stark verändert.**

# Management Summary (2/3): Maßnahmen-Turbo gegen die Krise

- Angesichts Schwere und Dauer der Krise haben die Unternehmen **ganze Bündel von Maßnahmen** ergriffen, um einigermaßen gut und unbeschadet durch die Pandemie zu kommen.

## Fokus der Maßnahmen:

- ✓ Erhalt der Arbeitsfähigkeit durch **Digitalisierung von Prozessen** (84%) und **Home-Office** (82%)
  - ✓ Initiativen zur **Effizienzsteigerung** (76%)
  - ✓ **Budgetkürzungen & Sparmaßnahmen** (57%)
  - ✓ Bessere **Kundenbetreuung und -gewinnung**, insbesondere durch intensiveres Social Media Marketing (60%), Erschließung neuer Märkte (60%), Bestandskundenbetreuung (59%) sowie Ausbau-Online Vertrieb (52%)
- **Erstaunlich: Trotz massiver Supply-Chain-Probleme haben nur 11% der befragten Unternehmen an der Verbesserung ihrer Lieferketten und Zuliefererbeziehungen gearbeitet.**
  - Im **Non-Profit-Bereich** und in der **Verwaltung** gab es einen **Schub in Sachen Home-Office und Digitalisierung.**
  - Im **Handel** lag dagegen der Maßnahmenswerpunkt im Bereich **Budgetkürzungen und Sparmaßnahmen.**

**Homeoffice**

**Digitalisierung**

**Effizienzsteigerung**

**Social-Media-Marketing**

➤ **Vor allem Home-Office, Ausbau der Digitalisierung, Initiativen zur Effizienzsteigerung, Budgetkürzungen sowie bessere Kundenbindung und -gewinnung standen im Fokus der Maßnahmen.**

# Management Summary (3/3): Krisenende in Sicht – neue Herausforderungen voraus

- Krise, Krise und kein Ende? – Schon heute geben **36% der Befragten** an, mit ihren Organisationen **auf oder gar über dem Geschäftsniveau vor der Pandemie** zu arbeiten. Weitere 8% rechnen mit einer Rückkehr zur Normalität noch in diesem Jahr und weitere 29% ab 2022.
- **Am meisten Fahrt aufgenommen** haben das **produzierende Gewerbe, Industrie und Handwerk**, wo aktuell bereits wieder 48% der befragten Firmen auf oder über Vorkrisenniveau arbeiten. **Am meisten Nachholbedarf** haben der **Handel** sowie die **Non-Profit-Organisationen sowie Verwaltungen** (je 20%).

## Beyond Corona: Die größten Herausforderungen kommen erst noch

- **Schlüsselfaktor Personal**
  - bestehendes Personal halten und neue Mitarbeiter gewinnen (68%)
  - psychische und physische Gesundheit fördern (64% bzw. 60%)
  - neuen Formen der Zusammenarbeit gestalten (47%)
  - Kompetenzoptimierung (44%)
  - Stärkung des Miteinanders (44%)
- **Innovationen bei Dienstleistungen und Produkten** (63%)
- **Großbaustelle Digitalisierung** im Sinne von digitaler Vernetzung mit Kunden & Lieferanten (58%) und Optimierung der IT-Landschaft (57%)
- **Nachhaltigkeit und Umweltschutz** (48%)

**Mitarbeiter**  
**-bindung, -gewinnung**

**Innovationen**

**psychische & physische**  
**Gesundheit**

**digitale Vernetzung**

➤ **Selbst nach dem Ende der Pandemie sehen die Unternehmen auch künftig große Herausforderungen vor allem in Sachen Personal, Innovation, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Umweltschutz.**

# Persönliche Checkliste für Ihre nächsten Schritte (1 / 2)

1. **Hand aufs Herz:** Wo sehen Sie in Ihrem Unternehmen und Verantwortungsbereich den größten Handlungsbedarf? Vergeben Sie auf den nächsten 2 Seiten „aus dem Bauch heraus“ die Zahlen 0 bis 5 für die Relevanz der kritischsten Themen und bringen Sie diese dann für sich in eine Reihenfolge.  
(0 „gar nicht relevant / kein Problem“ bis 5 „höchst relevant / sehr großes Problem“)
2. Prüfen Sie, ob unsere Handlungsempfehlungen bei Ihnen hilfreich wären und umsetzbar sind und dann **handeln Sie**.

Relevanz	Handlungsfeld	Unsere Empfehlungen: Prüfen Sie
	Lieferfähigkeit	Multisourcing (Risikoanalyse! Gibt es alternative / zusätzliche Lieferanten?); Lagerbestand prüfen, Fertigungstiefe optimieren, ggf. Partnerschaften / Einkaufsgemeinschaften bilden
	Umsatzrückgang	Situationsanalyse (Kunden- & Vertriebsbefragung, Produkte & Services auf den Prüfstand), Kundenbindung stärken, neue / alternative Märkte prüfen, Social-Media-Marketing
	Kostensteigerung	Haupt-Kostentreiber ermitteln, Überprüfen der Einkaufskonditionen
	Personalabbau	Einsatz des Personals für liegengebliebene Aufgaben, Krise nutzen für Qualifizierung / Fortbildung / Umschulung
	Homeoffice	Mitarbeiterumfrage (Bedarf, Technik, Ziele), Balance eruieren zwischen „Präsenz und online“
	Digitalisierung	Umsetzen der papierlosen Organisation (nicht nur Büro, sondern auch in Produktion, Logistik, im Vertrieb ..)

➤ Sie haben Fragen oder wollen sich mit uns zu den obigen Punkten austauschen?

Rufen Sie uns an 09321-3880100 oder mailen Sie uns [studien@scopar.de](mailto:studien@scopar.de)

## Persönliche Checkliste für Ihre nächsten Schritte (2 / 2)

Relevanz	Handlungsfeld	Empfehlungen: Prüfen Sie
	Effizienzsteigerung	Kaizen (kontinuierlichen Verbesserungsprozess etablieren, Reibungsverluste erkennen und minimieren)
	Social-Media-Marketing	Ziel-Fokus setzen, Analyse der relevanten Kanäle, Bedürfnisse der Zielgruppe und deren Mehrwerte eruieren, Contentfahrplan erstellen und Kanäle bespielen
	MA-bindung und -gewinnung	Mitarbeiterbefragung „Wo würden diese etwas ändern“, Bedürfnisse der Zielkandidaten eruieren
	Innovationen	Nutzen Sie Internes Ideenmanagement, Simultaneous Engineering (Produktenwicklung mit allen Abteilungen sowie Kunden und Lieferanten), Innovation-Hunting
	psychische & physische Gesundheit	Analyse des Ist-Standes zur Identifikation der größten Handlungsfelder, gezielte und spezifische Maßnahmen ableiten, Gefährdungsbeurteilung (GBpsych) durchführen.
	Digitale Vernetzung	Wo ist hoher Aufwand der Schnittstellen im Bereich Kunden und Lieferanten (ggf. sogar auch intern)? Wo ist eine stärkere digitale Vernetzung mit Lieferanten und Kunden möglich? Industrie 4.0

➤ Sie haben Fragen oder wollen sich mit uns zu den obigen Punkten austauschen?

Rufen Sie uns an 09321-3880100 oder mailen Sie uns [studien@scopar.de](mailto:studien@scopar.de)

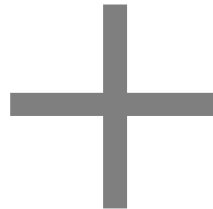
# Hilfe zur Selbsthilfe: Zwei Whitepapers für Sie ..



## Sofortmaßnahmen in der Krise

1. Unternehmensführung
2. Produktion
2. Logistik / Supply Chain Management (SCM)
3. Marketing / Sales / Service
4. IT / IKT – Informations- und Kommunikationstechnik (EDV)
5. Personal / HR
6. Kommunikation

Die Krise als Chance nutzen!  
Kleine Maßnahmen – große Wirkung



➤ Wir haben für Sie die effektivsten, praktisch erprobten Maßnahmen für Sie zusammengefasst.  
Mailen Sie uns an [studien@scopar.de](mailto:studien@scopar.de) und wir schicken Ihnen beide PDFs zu!



Mit Blick fürs Ganze.



# Es folgen die Studienergebnisse im Detail

---

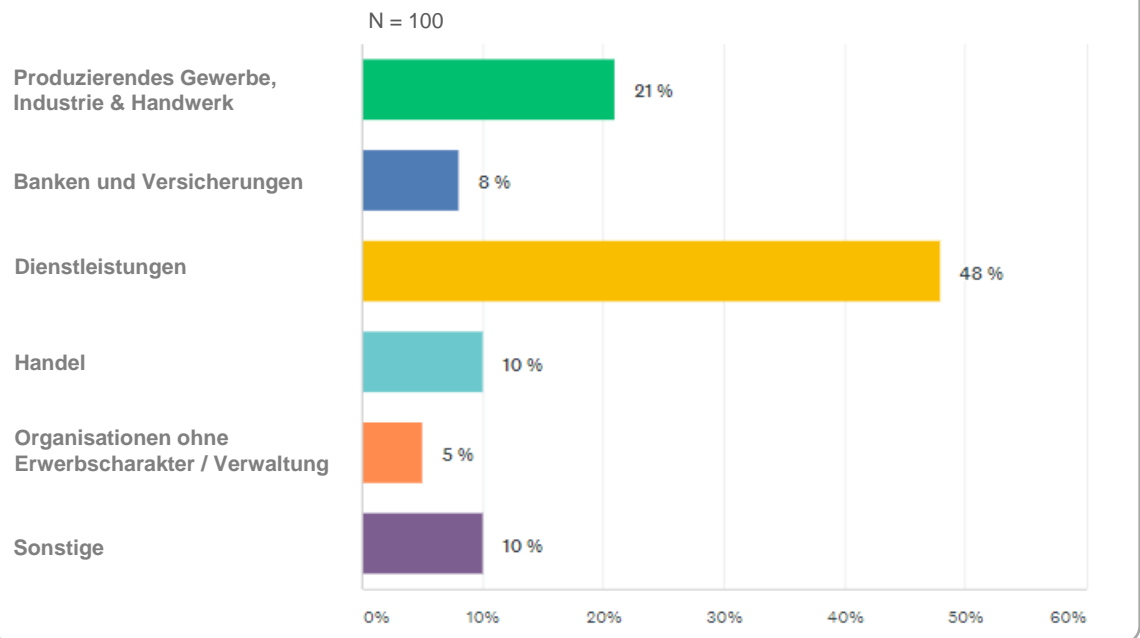
	Seite
Hintergründe und Datenbasis der Studie	9
Auswirkungen der Corona-Krise	10
Maßnahmen während der Corona-Krise	13
Rückkehr zur Normalität	17
Unternehmensaufstellung für die Zukunft	19
Herausforderungen für die Zukunft	21
Die Initiatoren	23
Über die SCOPAR GmbH = 360°-Unternehmensberatung	24
Kontakt	26



## Hintergründe und Datenbasis der Studie

- Die Online Befragung „**Beyond Corona: Impulse für den Unternehmenserfolg von morgen**“ fand von Juli bis September 2021 statt. Angesprochen wurden Entscheidungsträger und Verantwortliche aus verschiedensten Wirtschaftsbereichen.
- Von den insgesamt 107 Befragten sind 57% in der Funktion „Geschäftsführung, Vorstand, Aufsichtsrat“, 29% in der Funktion „Abteilungs-, Bereichsleitung“, 9% in der Funktion „Sachbearbeitung, Fachkraft, Teamleitung“ sowie 6% „Sonstige“ (z.B. Freiberufler, Inhaber, Gesellschafter).
- Stark vertreten sind mit 56 Prozent Befragte aus kleineren Organisationen mit bis zu 50 Mitarbeitenden. 14% arbeiten in Organisationen mit bis zu 250 Mitarbeitenden, 20% bis zu 5.000 und 10% über 5.000 Mitarbeitenden.
- 48 % der Befragten kommen aus dem Bereich Dienstleistungen, gefolgt von 21 % aus dem Bereich Produzierendes Gewerbe, Industrie und Handel.
- Insgesamt erfasst die Studie ein **breites Spektrum von Stimmen von Entscheidungsträgern und Verantwortlichen der deutschen Wirtschaft.**

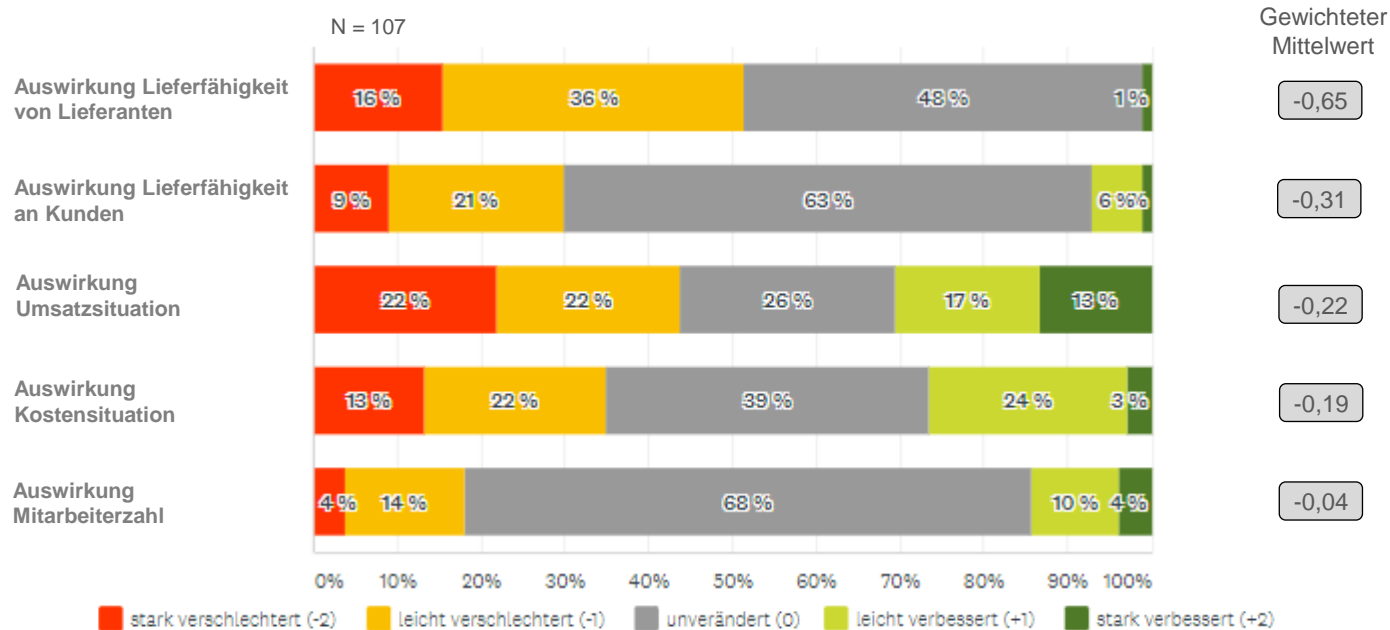
Q6: Welcher Branche lässt sich Ihr Unternehmen am ehesten zuordnen?



# Auswirkungen der Corona-Krise (1/3)

- Die **größten negativen Auswirkungen** hatte die Pandemie aus Sicht der Befragten vor allem auf die **Lieferfähigkeit von Seiten der Lieferanten**, wo 52% der Befragten von einer leichten bis starken Verschlechterung berichten. Dagegen hat sich die Lieferfähigkeit in Richtung der eigenen Kunden nur bei 30% der Firmen verschlechtert.
- Hinsichtlich **Umsatz- und Kostensituation hat die Krise die Wirtschaft gespalten**: Während z.B. 44 % der Unternehmen von einer Umsatzverschlechterungen berichten, sehen immerhin 30% sogar Zuwächse. Ähnlich bei den Kosten – hier berichten 35% der Befragten von negativen Tendenzen, während 27% sogar Verbesserungen verzeichnen.
- Erfreulich: Per Saldo hat die Krise **keine negativen Auswirkungen auf die Mitarbeiterzahlen** gehabt.

Q1: Wie stark hat sich die Epidemie bisher auf die Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens ausgewirkt?



## Auswirkungen der Corona-Krise (2/3)

- **Vergleichsweise am stärksten betroffen von den Auswirkungen der Pandemie** sind die von uns befragten Branchen **Produzierendes Gewerbe, Industrie und Handwerk** sowie der **Handel**. Hier machten sich **Lieferengpässe** und somit Probleme im **Supply-Chain-Management** besonders bemerkbar. Im produzierenden Bereich resultierte dies in deutlich gestiegenen Kosten, weshalb hier verstärkt auch Personal abgebaut wurde.
- Der befragte **Dienstleistungsbereich** ist von der Krise **durchschnittlich stark betroffen**. Neben der verschlechterten Lieferfähigkeit bereitete hier vor allem die Umsatzentwicklung Sorgen.
- **Kaum betroffen** von der Pandemie waren dagegen **Non-Profit-Organisation und Verwaltungen**, die lediglich von einer verschlechterten Kostensituation berichten. Die befragten **Banken und Versicherungen** konnten dagegen sogar gegen den Trend bei Umsatz, Kosten und Mitarbeiterzahl **leicht zulegen**.

Q1: Wie stark hat sich die Epidemie bisher auf die Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens ausgewirkt?

### Mittelwertanalyse nach Branche

(5er Skala von stark verschlechtert [-2] bis stark verbessert [+2])

	Prod. Gew., Industrie, Handwerk (N=21)	Banken, Ver- sicherung (N=8)	Dienstlei- stungen (N=48)	Handel (N=10)	Non-Profit, Verwaltung (N=5)	Ingesamt (N = 107)
Lieferfähigkeit Ihrer Lieferanten	-1,06	-0,14	-0,60	-1,10	0,00	-0,65
Lieferfähigkeit an Ihre Kunden	-0,60	0,00	-0,11	-1,10	0,00	-0,31
Umsatzsituation	0,00	0,25	-0,42	-0,20	0,33	-0,22
Kostensituation	-0,66	0,25	-0,16	-0,10	-0,60	-0,19
Mitarbeiteranzahl	-0,20	0,13	-0,06	0,10	0,20	-0,04
Durchschnittliche Bewertung über alle Kategorien	-0,50	0,10	-0,27	-0,48	-0,01	-0,28

 vergleichsweise gering

 vergleichsweise stark

## Auswirkungen der Corona-Krise (3/3)

- **Vergleichsweise schwer mit der Pandemie taten sich kleinere Mittelständler mit bis 250 Mitarbeitenden.** Die hier Befragten berichten verstärkt von Problemen in Sachen Lieferfähigkeit, Umsatz und Kosten, weshalb auch vermehrt Personal abgebaut wurde.
- Dass eine verschlechterte Lieferfähigkeit und leicht steigende Kosten nicht automatisch zu einer Krise führen müssen, beweisen die befragten **Großunternehmen über 5.000 Beschäftigte.** Die konnten **gegen den allgemeinen Trend** ihre **Umsätze** leicht verbessern und zum Teil sogar neues **Personal** einstellen.
- Die befragten **Kleinunternehmen** mit bis zu 50 Beschäftigte hatten eher wenig Probleme bei der Lieferfähigkeit, berichten aber überdurchschnittlich stark von einer **verschlechterten Umsatzsituation.**
- **Besonders stabil** zeigten sich die befragten **größeren Mittelständler bis 5.000 Mitarbeitenden,** die in fast allen Bereichen relativ gut abschnitten.

Q1: Wie stark hat sich die Epidemie bisher auf die Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens ausgewirkt?

### Mittelwertanalyse nach Unternehmensgröße

(5er Skala von stark verschlechtert [-2] bis stark verbessert [+2])

	bis 50 MA (N=56)	bis 250 MA (N=14)	bis 5.000 MA (N=20)	ab 5.000 MA (N=10)	Ingesamt (N = 107)
Lieferfähigkeit Ihrer Lieferanten	-0,52	-0,93	-0,59	-1,11	-0,65
Lieferfähigkeit an Ihre Kunden	-0,13	-0,50	-0,31	-0,89	-0,31
Umsatzsituation	-0,41	-0,57	0,26	0,44	-0,22
Kostensituation	-0,18	-0,50	-0,05	-0,20	-0,19
Mitarbeiteranzahl	-0,04	-0,21	0,00	0,10	-0,04
Durchschnittliche Bewertung über alle Kategorien	-0,26	-0,54	-0,14	-0,33	-0,28



vergleichsweise gering

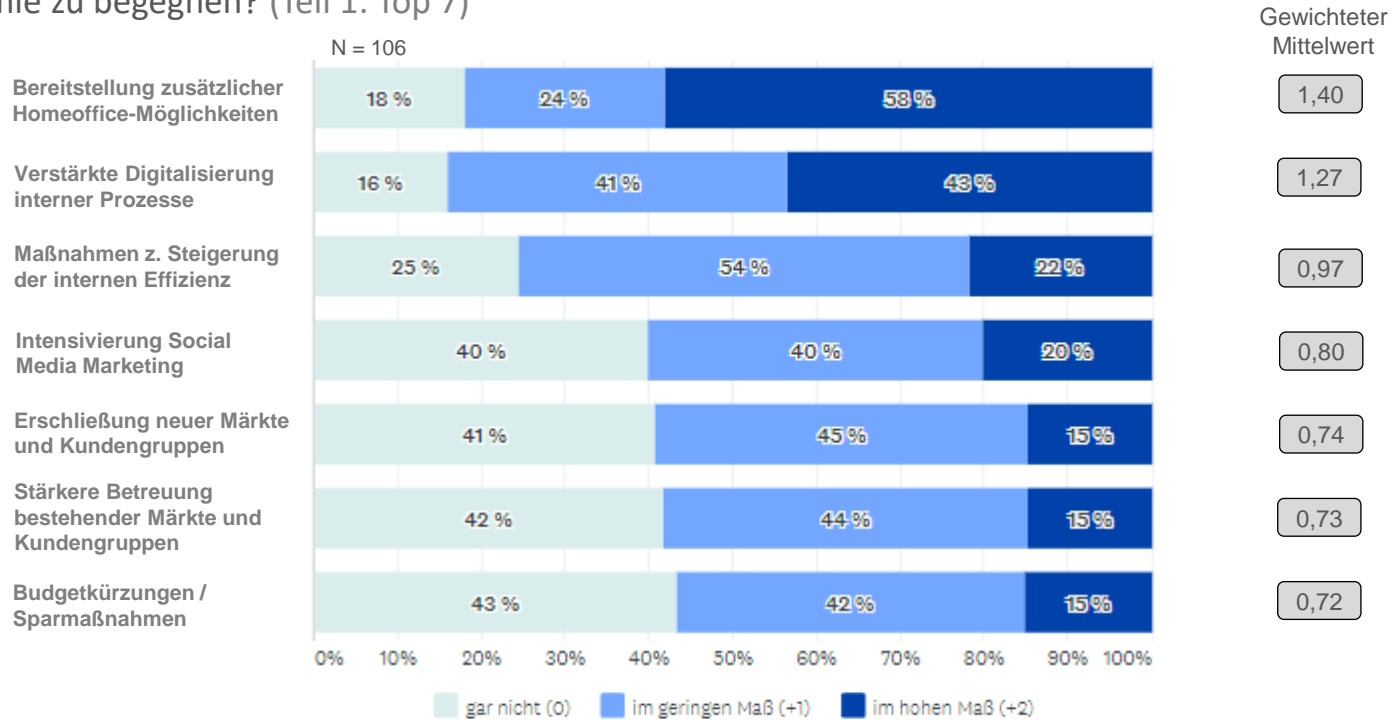


vergleichsweise stark

## Maßnahmen während der Corona-Krise (1/4)

- Was haben die Befragten Organisationen gemacht, um gut durch die Krise zu kommen? Im **Maßnahmen-Fokus** standen dabei vor allem die **Bereitstellung zusätzlicher Homeoffice-Möglichkeiten** (82%) sowie die **verstärkte Digitalisierung interner Prozesse** (84%). Neben **Initiativen zur Effizienzsteigerung** (76%) sowie **Budgetkürzungen & Sparmaßnahmen** (57%) ging es zudem um **bessere Kundenbindung und -gewinnung**, z.B. durch intensiveres Social Media Marketing (60%), Erschließung neuer Märkte (60%) und bessere Bestandskundenbetreuung (59%).

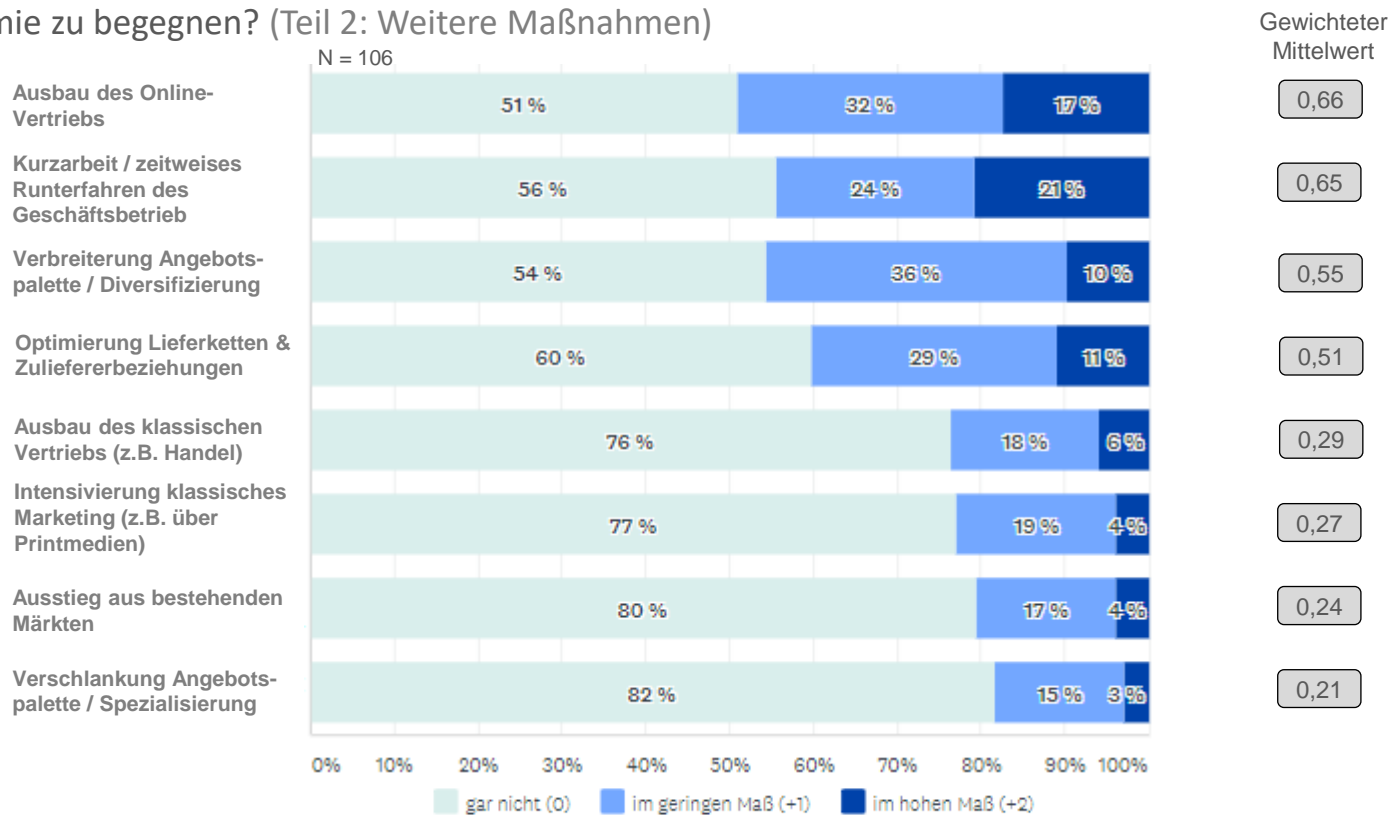
Q2: Inwieweit haben Sie die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Auswirkungen der Coronavirus-Epidemie zu begegnen? (Teil 1: Top 7)



## Maßnahmen während der Corona-Krise (2/4)

- Ein weiteres **wichtiges Thema** war in der Pandemie für 49% der Befragten der **Ausbau des Online-Vertriebs**, während klassische Vertriebs- und Marketingaktivitäten kaum eine Rolle spielten.
- Angesichts der Probleme im Bereich Lieferfähigkeit ist es **erstaunlich**, dass nur 11% der befragten Unternehmen verstärkt ihre **Lieferketten und Zuliefererbeziehungen** optimiert haben.

Q2: Inwieweit haben Sie die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Auswirkungen der Coronavirus-Epidemie zu begegnen? (Teil 2: Weitere Maßnahmen)



## Maßnahmen während der Corona-Krise (3/4)

- Vergleichsweise wenig wurde angesichts der Pandemie im **Non-Profit-Bereich** und in der **Verwaltung** getan, wo es jedoch einen **Schub in Sachen Home-Office-Möglichkeiten und Digitalisierung** interner Prozesse gegeben hat.
- In diesen Bereichen waren im **Handel** die Möglichkeiten naturgemäß eingeschränkt, so dass hier vergleichsweise stark über **Budgetkürzungen und Sparmaßnahmen** gegengesteuert wurde.
- Trotz - oder vielleicht ja auch wegen - ihrer eher guten Entwicklung in der Krise sind es bemerkenswerterweise die **Banken und Versicherungen**, die **überdurchschnittlich stark** Maßnahmen ergriffen haben, vor allem bezüglich **Digitalisierung, Effizienzsteigerung sowie Kundenmanagement**. Ebenfalls **vergleichsweise aktiv** waren die befragten **Firmen aus dem produzierenden Bereich sowie der Dienstleistung**.

Q2: Inwieweit haben Sie die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Auswirkungen der Coronavirus-Epidemie zu begegnen? (hier nur „Allgemeine Top 7“)

Mittelwertanalyse nach Branche  
(3er Skala von gar nicht [0] bis im hohen Maß [+2])

	Prod. Gew., Industrie, Handwerk (N=21)	Banken, Ver- sicherung (N=8)	Dienstlei- stungen (N=48)	Handel (N=10)	Non-Profit, Verwaltung (N=5)	Ingesamt (N = 106)
Bereitstellung zusätzlicher Homeoffice-Möglichkeiten	1,71	1,63	1,28	0,90	1,80	1,40
Verstärkte Digitalisierung interner Prozesse	1,38	1,68	1,19	0,80	1,60	1,27
Maßnahmen zur Steigerung der internen Effizienz	1,29	1,60	0,88	0,80	0,60	0,97
Intensivierung Social Media Marketing (z.B. Facebook)	0,86	0,76	0,90	0,60	0,25	0,80
Erschließung neuer Märkte und Kundengruppen	1,00	1,00	0,77	0,60	0,00	0,74
Stärkere Betreuung bestehender Märkte und Kundengruppen	0,62	1,14	0,83	0,60	0,26	0,73
Budgetkürzungen / Sparmaßnahmen	0,86	0,38	0,81	0,90	0,40	0,72
Durchschnittliche Bewertung über alle Top7-Kategorien	1,10	1,17	0,95	0,74	0,70	0,95

vergleichsweise wenig

vergleichsweise viel

## Maßnahmen während der Corona-Krise (4/4)

- **Relativ wenig aktiv** bei der Umsetzung von Maßnahmen waren die befragten **Kleinbetriebe** bis 50 Mitarbeitenden, obwohl auch sie deutlich von Umsatzrückgängen betroffen waren. Auch die **Großbetriebe** ab 5.000 Beschäftigten hielten sich vergleichsweise eher zurück, haben jedoch **überdurchschnittlich** ihre **Homeoffice-Angebote ausgebaut**.
- **Am aktivsten** bei der Maßnahmenumsetzung war der **Mittelstand**, wo in durchgängig in fast allen Bereichen überdurchschnittliche Aktivitäten entwickelt wurden, um der Krise zu begegnen.

Q2: Inwieweit haben Sie die folgenden Maßnahmen ergriffen, um den Auswirkungen der Coronavirus-Epidemie zu begegnen? (hier nur „Allgemeine Top 7“)

### Mittelwertanalyse nach Unternehmensgröße

(3er Skala von gar nicht [0] bis im hohen Maß [+2])

	bis 50 MA (N=56)	bis 250 MA (N=14)	bis 5.000 MA (N=20)	ab 5.000 MA (N=10)	Ingesamt (N = 106)
Bereitstellung zusätzlicher Homeoffice-Möglichkeiten	1,07	1,79	1,80	1,90	1,40
Verstärkte Digitalisierung interner Prozesse	1,11	1,50	1,55	1,20	1,27
Maßnahmen zur Steigerung der internen Effizienz	0,88	1,14	1,15	1,10	0,97
Intensivierung Social Media Marketing (z.B. Facebook)	0,71	0,86	1,00	0,78	0,80
Erschließung neuer Märkte und Kundengruppen	0,68	0,77	0,85	0,78	0,74
Stärkere Betreuung bestehender Märkte und Kundengruppen	0,73	0,86	0,84	0,33	0,73
Budgetkürzungen / Sparmaßnahmen	0,70	0,79	0,85	0,80	0,72
Durchschnittliche Bewertung über alle Top7-Kategorien	0,84	1,10	1,15	0,98	0,95

vergleichsweise wenig

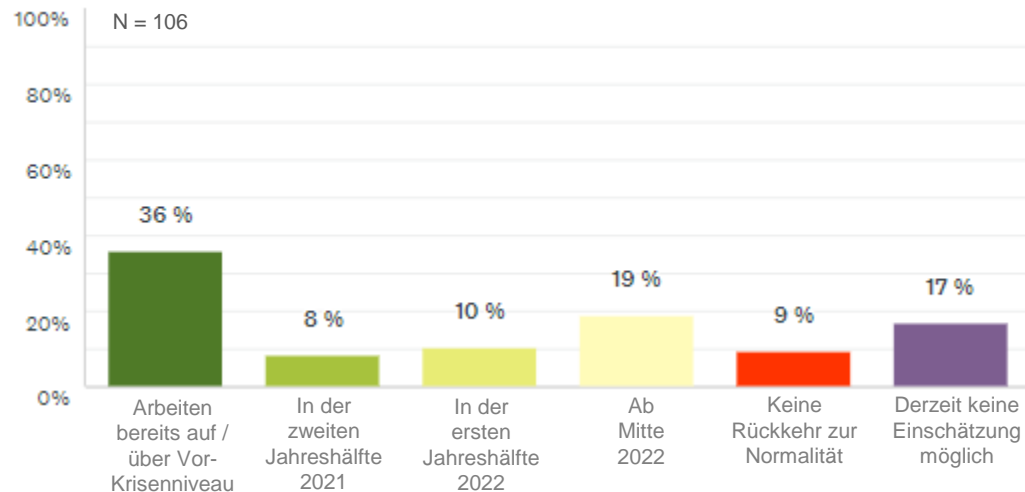
vergleichsweise viel



## Rückkehr zur Normalität (1/2)

- Krise, Krise und kein Ende? – Immerhin geben schon heute **36% der Befragten** an, mit ihren Organisationen **auf oder gar über dem Geschäftsniveau vor der Pandemie** zu arbeiten. Weitere 8% rechnen mit einer Rückkehr zur Normalität noch in diesem Jahr und weitere 29% ab 2022.
- Bereits auf oder über Vorkrisenniveau arbeiten bereits 45% der größeren Mittelständler, 40% der Großbetriebe sowie 36% der kleineren Mittelständler. Dagegen sind aktuell erst 30% der Kleinbetriebe wieder auf Normalniveau.
- **Trotz erster Zeichen der Entspannung bleibt eine gewisse Verunsicherung:** So halten 17% der Befragten derzeit eine Einschätzung über die weitere Entwicklung für unmöglich. 9% gar meinen gar, dass es keine Rückkehr zur Normalität geben wird. Besonders skeptisch auch hier die Kleinunternehmer, die zu 13% nicht mit einer Normalisierung rechnen.

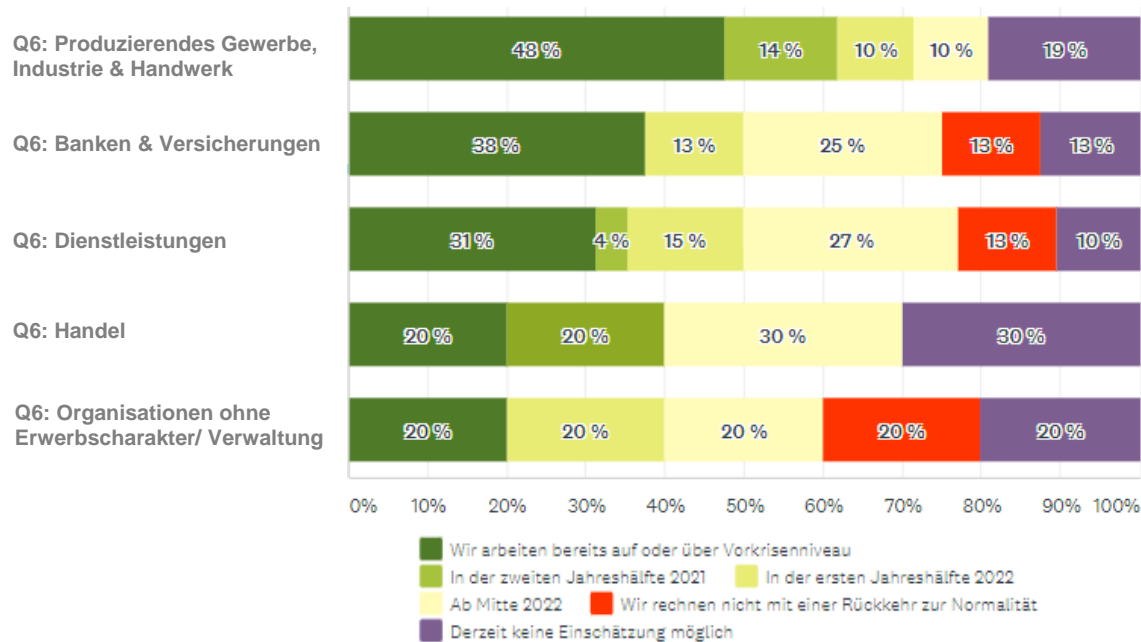
Q3: Wann rechnen Sie für Ihre Geschäfte mit einer Rückkehr zur Normalität?



## Rückkehr zur Normalität (2/2)

- Am meisten Fahrt aufgenommen** haben das **produzierende Gewerbe, Industrie und Handwerk**, wo aktuell bereits wieder 48% der befragten Firmen auf oder gar über Vorkrisenniveau arbeiten. Ebenfalls auf diesem Level sind 38% der Banken und Versicherungen und 31% der Dienstleister. **Am meisten Nachholbedarf** haben der **Handel** sowie die **Non-Profit-Organisationen sowie Verwaltungen** (je 20%). Bei letzteren herrscht auch die größte Skepsis bei der Frage, ob es überhaupt wieder zu einer Normalisierung kommen wird (20%), dicht gefolgt von den befragten Banken, Versicherungen und Dienstleistern (je 13%).

Q3: Wann rechnen Sie für Ihre Geschäfte mit einer Rückkehr zur Normalität?

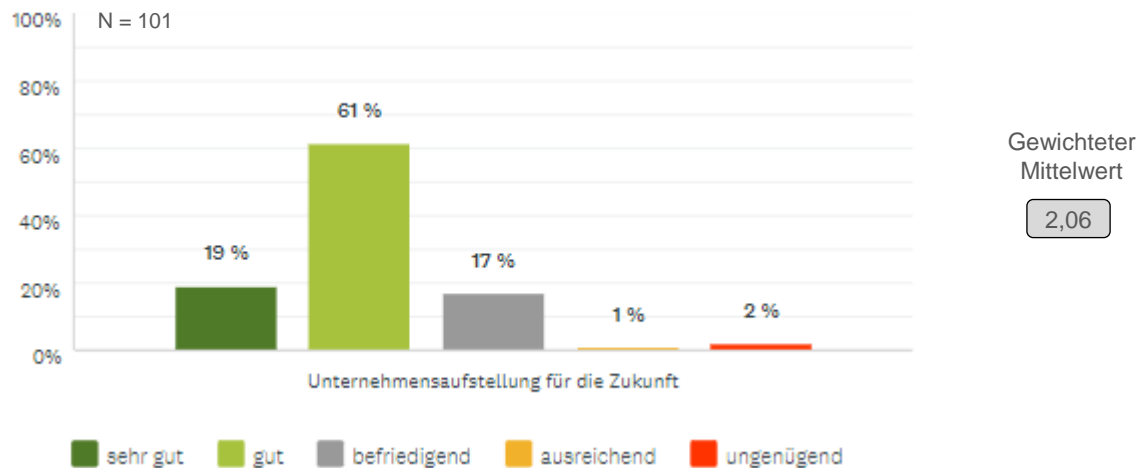


N = 90

## Unternehmensaufstellung für die Zukunft (1/2)

- **Trotz Coronakrise und schwierigerem wirtschaftlichen Umfeld sehen sich die befragten Unternehmen für die Zukunft insgesamt gut aufgestellt.** So beurteilen 80% der Organisationen ihre Aufstellung als mindestens gut, 17% befriedigend und nur 3% als ausreichend und schlechter. Umgerechnet auf Schulnoten errechnet sich ein Mittelwert von 2,06.
- **Am positivsten aufgestellt** sieht sich dabei der größere **Mittelstand bis 5.000 Beschäftigten (1,85)** gefolgt von den Kleinbetrieben (2,07) und dem kleineren Mittelstand (2,14). **Weniger gut** sehen sich hingegen die **Großunternehmen ab 5.000 Beschäftigten** positioniert, die insgesamt nur auf einen Mittelwert von 2,30 kommen.

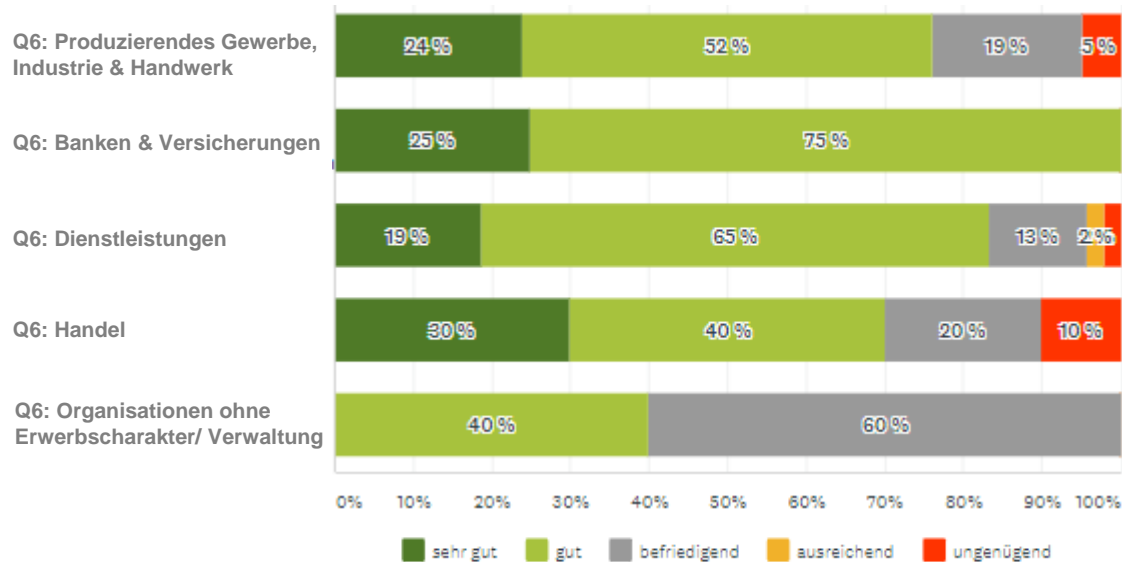
Q4: Ausgehend vom heute: Wie gut ist Ihr Unternehmen insgesamt für die Zukunft aufgestellt?



## Unternehmensaufstellung für die Zukunft (2/2)

- **Gut oder gar sehr gut aufgestellt** für die Zukunft sehen sich vor allem die befragten **Banken & Versicherungen** (100%) und **Dienstleister** (84%) sowie **produzierendes Gewerbe, Industrie und Handwerk** (76%).
- **Gemischt dagegen die Lage im Handel**, wo sich zwar auch 70% der Betriebe als zumindest gut aufgestellt sehen, aber auch 10% meinen, nur ungenügend für die Zukunft gerüstet zu sein.
- **Durchwachsen** schließlich dagegen das Bild im **Non-Profit-Bereich** und in der **Verwaltung**, wo 40% guten Bewertungen 60% befriedigende Einschätzungen gegenüber stehen. Möglicherweise Hinweis auf einen größeren Innovationsbedarf.

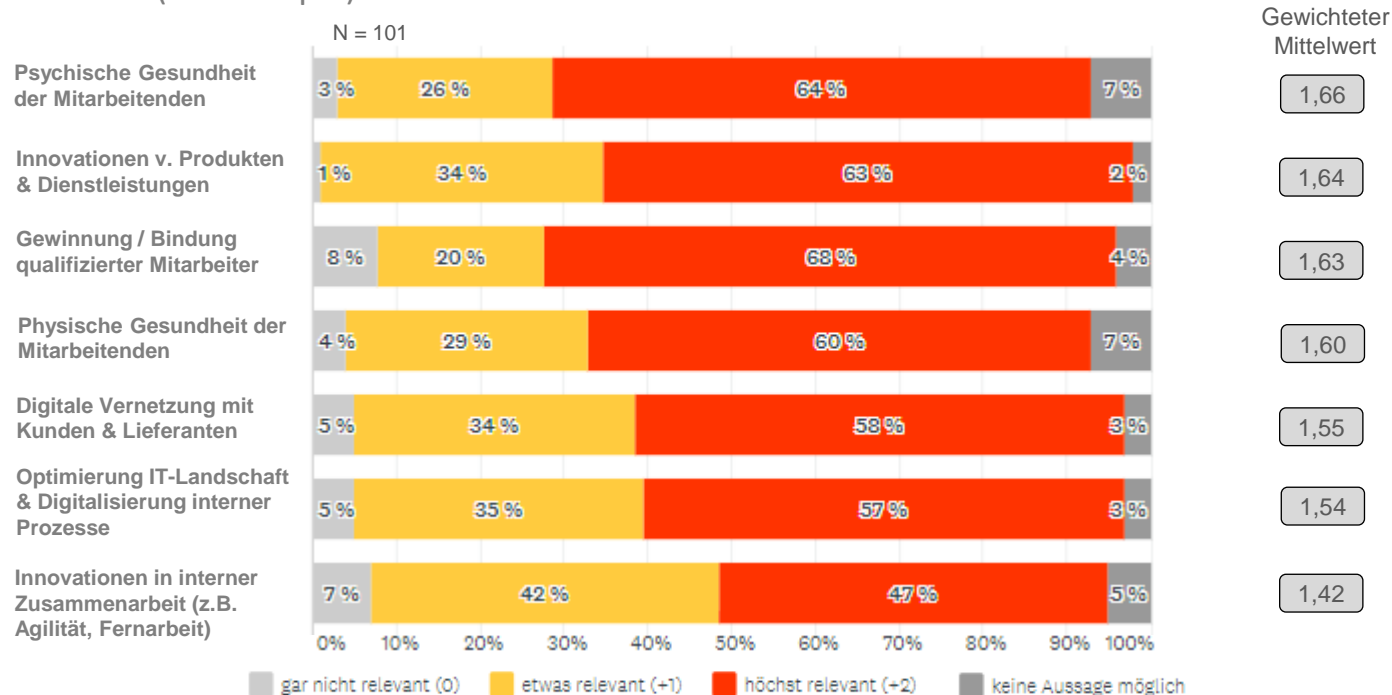
Q4: Ausgehend vom heute: Wie gut ist Ihr Unternehmen insgesamt für die Zukunft aufgestellt?



## Herausforderungen für die Zukunft (1/2)

- Die **größten Herausforderungen für die Zukunft** sehen die Befragten **vor allem im Personalbereich**, vor allem bei der **Gewinnung / Bindung neuer Mitarbeiter (68%)**, der psychischen und physischen **Gesundheit (64% bzw. 60%)** sowie in **neuen Formen der Zusammenarbeit (47%)**.
- Weitere höchst relevante Handlungsfelder sind daneben **Innovationen von Dienstleistungen und Produkten (63%)**, **digitale Vernetzung** mit Kunden & Lieferanten (58%) sowie **Optimierung der IT-Landschaft und Digitalisierung (57%)**.

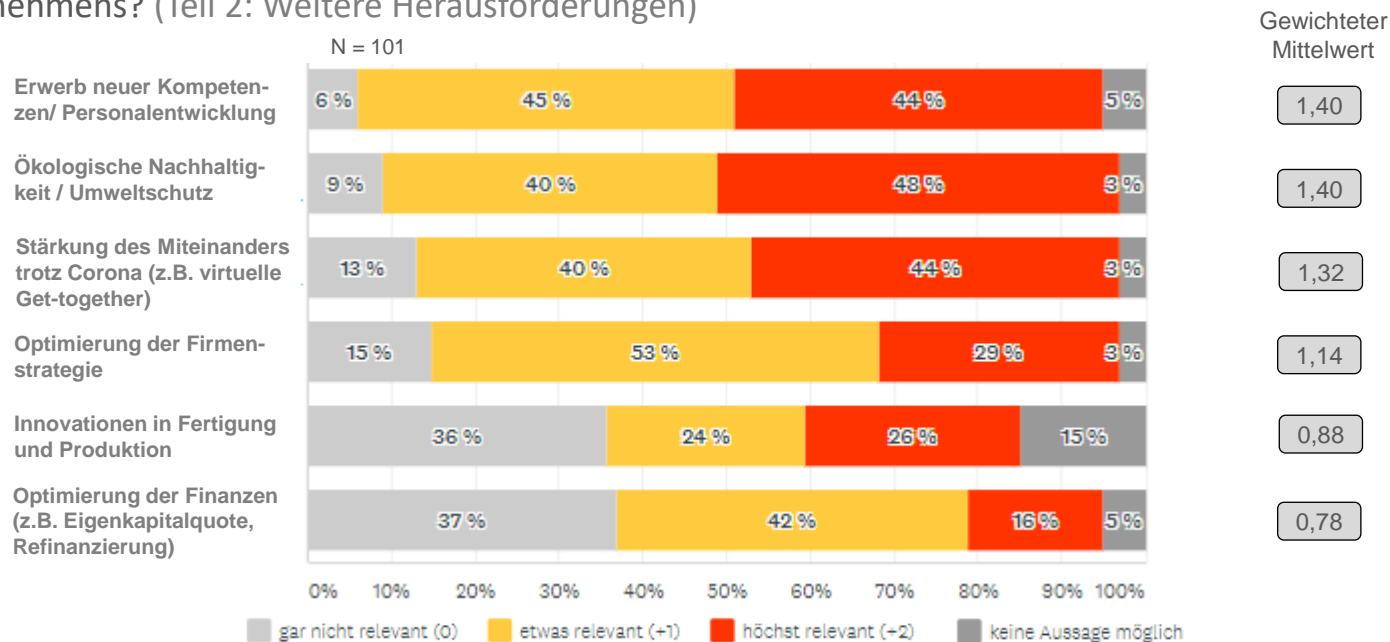
Q5: Wie relevant sind aus Ihrer Sicht folgende Herausforderungen für die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens? (Teil 1: Top 7)



## Herausforderungen für die Zukunft (2/2)

- Im Personalbereich ebenfalls ganz oben stehen die **Personalentwicklung und der Erwerb neuer Kompetenzen** (44%) sowie die **Stärkung des Miteinanders trotz Corona** (je 44%).
- Auch die aktuelle Umweltdebatte ist in den Organisationen angekommen, weshalb 48% der Befragten ökologische **Nachhaltigkeit und Umweltschutz** als höchst relevant für die Zukunft sehen.
- Dagegen werden „klassische“ Fragen wie Optimierung der Firmenstrategie, Innovationen in Fertigung & Produktion und Finanzmanagement als weniger relevant gesehen, vielleicht auch, weil die meisten Organisationen ihre „Hausaufgaben“ hier gemacht haben und auch laufend machen.

Q5: Wie relevant sind aus Ihrer Sicht folgende Herausforderungen für die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens? (Teil 2: Weitere Herausforderungen)



# Die Initiatoren



## Jürgen T. Knauf

Geschäftsführer, Gesellschafter, Bereichsleiter  
Organisationsberatung

### Schwerpunkte:

Organisations- und Prozessentwicklung,  
Projektsteuerung, Unternehmensentwicklung,  
Kunden- und Mitarbeiterbefragung, Marketing &  
Vertrieb, Projektkommunikation



## Dr. Markus Wendt

*Gesellschafter und Bereichsleiter HR-Consulting*

### Schwerpunkte:

Personal- und Organisationsentwicklung, Change-  
Management, Management-Diagnostik (Audits,  
Assessments, Benchmarking, Befragungen),  
Kompetenzentwicklung und Talentmanagement



## Michael Jost

*Gesellschafter und Bereichsleiter IT-Consulting*

### Schwerpunkte:

IT-Strategieentwicklung und Umsetzung, Business-  
Alignment, Change-Management, IT-Governance,  
Kunden- und Serviceorientierung, IT-KPIs



## Dr. Christoph Röhrs

*HR-Consultant*

### Schwerpunkte:

Prozess-Optimierung, personalwirtschaftliches  
Controlling, Restrukturierung, Integration von  
Unternehmen/Betriebsübergänge, Personalent-  
wicklungskonzepte, Vergütungs-, Zielvereinbarungs-  
und Mitarbeiterbeurteilungssysteme, Betriebsratsver-  
handlungen, Dozent für Personalmanagement

➤ Sie haben Fragen? Kontaktieren Sie uns: 09321-3880100 oder [studien@scopar.de](mailto:studien@scopar.de).

# Zur SCOPAR GmbH = 360°-Unternehmensberatung

## Strategie / Prozesse / Organisation



## IT / ITK / Technologie



## Personal / Changemgt.



## Gesundheitsmgt. / health2business



- ✓ **SCOPAR ist ein Team aus ca. 60 Experten, darunter Wissenschaftler und Executives**  
=> nur sehr erfahrene Berater kommen zum Einsatz
- ✓ **SCOPAR arbeitet agil**  
=> kleine Projektpakete, situativ justierbar, gut steuerbar, klar ergebnisorientiert
- ✓ **SCOPAR arbeitet modular mit verwertbaren Ergebnissen**  
=> Exit-Möglichkeit nach jedem Modul unter Verwendung der bisherigen Ergebnisse
- ✓ **SCOPAR arbeitet partizipativ**  
=> die Strategien, Lösungen und Konzepte werden im Anschluss „gelebt“



- **SCOPAR ist anders - positiv anders!**
- **SCOPAR wird von 100% der Kunden weiterempfohlen!**



# Gerne unterstützen wir Sie ..

## Das bieten wir an:

- ✓ Management-, IT- und HR-Consulting aus einer Hand mit ganzheitliche Sichtweise = 360° Beratung
- ✓ Namhafte Wissenschaftler, praxiserfahrene Manager und exzellente Berater verkörpern höchste Kompetenz, strategischen Weitblick und praktische Erfahrung
- ✓ Strategie, Konzeption und Umsetzung aus einer Hand
- ✓ „Menschliche“ Beratung – von Menschen, mit Menschen, für Menschen



## So profitieren Sie davon:

- ✓ maximaler Projektnutzen und nachhaltiger Projekterfolg, da Zusammenhänge erkannt und berücksichtigt werden
- ✓ nachhaltig erfolgreiche, praxiserprobte und umsetzungsorientierte Lösungen durch den strategischen Weitblick und durch eigene Managementenerfahrung
- ✓ Fliesend- harmonische Umsetzung (herstellerunabhängig / neutral)
- ✓ „gelebte“ Strategien, Konzepte und Lösungen durch den partizipativen Ansatz

➤ **Experten mit Managementenerfahrung und strategischem Weitblick gewährleisten einen hohen Nutzen unserer 360°-Beratung und eine nachhaltig erfolgreiche Umsetzung Ihrer Projekte.**

Gerne helfen wir auch Ihnen, Probleme zu erkennen, zu lösen und zu vermeiden ..

---



**SCOPAR GmbH**

Postfach 6405 \* D - 97015 Würzburg

Fon: +49 - 9321 - 3880100 \* Fax: +49 - 9321 - 3880105

E-Mail: [info@scopar.de](mailto:info@scopar.de) \* Web: [www.SCOPAR.de](http://www.SCOPAR.de)



*Mit Blick fürs Ganze.*

