

# Presseinformation

**DATUM:** 25. Jänner 2006

**KONTAKT:** **Peter M. Horowitz**  
Global PR, PwC PricewaterhouseCoopers  
peter.m.horowitz@us.pwc.com  
+1 646 471-7119

**Mag. Sabine Müllauer-Ohev Ami**  
PwC PricewaterhouseCoopers Österreich  
Tel. 01 / 50188-5100  
sabine.muellauer@at.pwc.com

## **Suche nach Neuen Kunden löst Kostensenkungen als Impuls für Globale Expansion ab**

**Laut dem Ergebnis der von PwC PricewaterhouseCoopers bereits zum neunten Mal durchgeführten jährlichen weltweiten Befragung von Führungskräften steigt die Komplexität der Geschäftstätigkeit mit zunehmender Globalisierung der Unternehmen**

**NEW YORK, 25. Jänner 2006** – Gemäß der von PricewaterhouseCoopers bereits zum neunten Mal durchgeführten jährlichen Befragung von Führungskräften ist das primäre Ziel der globalen Expansion von Unternehmen, das Finden neuer Kunden und Märkte, und nicht nur Kosteneinsparungen. Dies gilt insbesondere für die so genannten BRIC-Länder – Brasilien, Russland, Indien und China.

Beinahe zwei Drittel der 1.410 weltweit befragten Führungskräfte sind zuversichtlich, dass sich die Globalisierung in den kommenden drei Jahren positiv auf ihr Unternehmen auswirken wird. Die Führungskräfte nennen Überregulierung als primäres Globalisierungshindernis (64 Prozent), gefolgt von Handelsschranken/Protektionismus (63 Prozent), politische Instabilität (57 Prozent) und soziale Probleme (56 Prozent). Terrorismus (48 Prozent) und organisierte Globalisierungsgegner (21 Prozent) rangieren am unteren Ende der Liste von Schwierigkeiten bei der globalen Expansion.

„Kostensenkungen sind nicht mehr das alleinige Globalisierungsziel. In der neuen Phase globaler Expansion konzentrieren sich die Unternehmen weltweit auf das Finden und Betreuen von neuen Kunden in wachsenden Märkten“, meint Samuel A. DiPiazza, CEO von PricewaterhouseCoopers. „Die Volkswirtschaften von Brasilien, Russland, Indien, und natürlich China wurden einst primär als Quellen der Niedrigkostenproduktion gesehen. Heute bieten sie jedoch sowohl multinationalen als auch lokalen Unternehmen beträchtliche Wachstumschancen, während sie gleichzeitig eine Reihe von ernst zu nehmenden globalen Konkurrenten hervorbringen.“

## **Ein neuer globaler Fokus: Brasilien, Russland, Indien, China**

Insgesamt gaben 71 Prozent der Befragten an, in den kommenden drei Jahren in zumindest einem der BRIC-Länder geschäftlich tätig sein zu wollen. Es überrascht daher nicht, dass 78 Prozent dieser Führungskräfte China als wichtigsten Wachstumsmarkt erachten, gefolgt von Indien (64 Prozent), Russland (48 Prozent) und Brasilien (46 Prozent). Sie betrachten China (52 Prozent) und Indien (28 Prozent) als größte Konkurrenten der anderen Märkte. Führungskräfte in den BRIC-Ländern sahen Wettbewerbsvorteile in der Qualität und Produktivität ihrer Belegschaften sowie in ihrer politischen und institutionellen Stabilität und Nähe zu großen Verbrauchermärkten.

Die Führungskräfte meinten, dass die Expansion nach Brasilien, Russland, Indien und China von der Notwendigkeit motiviert ist, ihre Kundenbasis beträchtlich auszuweiten und bestehende Kunden effektiv zu betreuen. Was andere Beweggründe für eine Geschäftstätigkeit in den BRIC-Ländern betrifft, führt China in Bezug auf Kosteneinsparungen und Kapazitätsausweitungen. Indien mit seinem relativ niedrigen Lohnniveau lässt Brasilien und Russland als Zielort von Kosteneinsparungen hinter sich. Und Indien führt bei der Verfügbarkeit von hoch qualifizierten Arbeitskräften.

Die Befragten identifizierten eine breite Palette von Aktivitäten zur Erreichung ihrer strategischen Ziele in den BRIC-Ländern. Die Bildung von Allianzen stand ganz oben auf der Liste, gefolgt von der Eröffnung neuer Büros, der Entwicklung einzigartiger Produkte, der Auslagerung, Unternehmenszusammenschlüssen und -übernahmen sowie der Standortverlagerung nach Übersee. Führungskräfte von höher entwickelten Ländern betreiben derartige Tätigkeiten vermehrt in China als in den anderen BRIC-Ländern. Dieser Trend bestätigte sich jedoch nicht für Führungskräfte aus Entwicklungsländern.

## **Komplexität: die Bewältigung des Unvermeidlichen**

Die durch vermehrte Handelsaktivitäten mit dem Ausland und geopolitische Kräfte bedingte Komplexität nimmt mit fortschreitender Globalisierung zu. Insgesamt meinten 77 Prozent der Führungskräfte, dass das Komplexitätsniveau in ihrem Unternehmen höher ist vor drei Jahren, und 27 Prozent sind der Ansicht, dass es wesentlich höher ist. Umfrageergebnisse zeigen jedoch, dass diese Komplexität nicht sehr gut bewältigt wird. Weniger als 17 Prozent der Führungskräfte schätzten ihre Leistung bei der Bewältigung der Komplexität, ungeachtet des verwendeten Maßstabs, als „sehr gut“ ein.

Die Führungskräfte identifizierten die Ausweitung ihrer Geschäftstätigkeit in neue Gebiete (65 Prozent), Unternehmenszusammenschlüsse und -übernahmen (65 Prozent) und die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen (58 Prozent) als Faktoren, die die meiste Komplexität in ihre Organisationen bringen. Die Befragung ergab, dass die Auslagerung von Unternehmensfunktionen an Dritte das geringste Ausmaß an Komplexität verursacht.

Externe Größen, die zur beträchtlichen Erhöhung der Komplexität beitragen, umfassen nationale und internationale Gesetze und Vorschriften, Maßnahmen von Konkurrenten und sich verändernde Kundenanforderungen.

Beinahe alle Befragten (97 Prozent) sind mit zumindest einem Programm zur Verminderung der Komplexität befasst, und 77 Prozent mit fünf oder mehr derartigen Programmen. Die Führungskräfte konzentrieren ihre komplexitätsmindernden Maßnahmen vor allem in den Bereichen Informationstechnologie (84 Prozent) und Organisationsstruktur (79 Prozent).

„Komplexität ist ein Bestandteil des Lebens, aber nicht jede Komplexität ist notwendig oder werterhöhend. Durch Messung der Komplexität und Beseitigung derselben, wo sie sich wertmindernd auswirkt, können Führungskräfte einen strategischen Vorteil in unserer zunehmend globalen Wirtschaft schaffen,“ ist DiPiazza überzeugt.

## **Zu PricewaterhouseCoopers**

PricewaterhouseCoopers ([www.pwc.at](http://www.pwc.at)) ist die weltweit größte Organisation im Bereich professionelle Dienstleistungen. Mit dem vernetzten Know-how und der Erfahrung von über 130.000 Mitarbeitern in 148 Ländern bietet PricewaterhouseCoopers ein umfassendes Angebot von Prüfungs- und Beratungsleistungen für lokal und international tätige Unternehmen sowie für den öffentlichen Sektor.

Die Spezialisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Österreich auf verschiedene Branchen und Märkte gestattet die spezifische Ausrichtung der Beratung und Unterstützung auf jeden individuellen Kundenwunsch. PwC bietet Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung (Assurance), Steuer- und Rechtsberatung (Tax and Legal Services) sowie in der Transaktions-, Prozess- und Krisenberatung (Advisory).

PricewaterhouseCoopers steht für ein Netzwerk von Mitgliedsfirmen der PricewaterhouseCoopers International Limited, wobei jede Mitgliedsfirma eine separate Einheit mit eigener Rechtspersönlichkeit darstellt.