

Presseinformation

Risikomanagement: Gut, aber nicht gut genug

- Welche Verbesserungsbedarfe Topmanager im Umgang mit Risiken sehen

Risikomanagement: Topmanager zu 75% grundsätzlich zufrieden – aber im Detail erheblicher Verbesserungsbedarf

Hamburg, den 16. Juli 2013 – Drei Viertel deutscher Topmanager sind mit dem Risikomanagement ihres Unternehmens im Großen und Ganzen zufrieden. Im Detail sehen sie aber trotzdem noch einen erheblichen Bedarf an Verbesserungen. Das sind Ergebnisse der Studie „Wie deutsche Topmanager auf die Finanz- und Eurokrise reagieren“ der Kommunikationsagentur Faktenkontor mit dem DIE WELT-Entscheiderpanel.

Hauptproblem: Für 43% Integration in Geschäftsprozesse verbesserungsbedürftig

Das größte Problem für die Entscheider: Ihr Risikomanagement ist nur mangelhaft in alle Geschäftsprozesse integriert. Hier sehen mit 43 Prozent der Befragten die meisten noch Verbesserungsbedarf in ihrer Firma. Das unternehmensweite Identifizieren, Bewerten und Steuern von Risiken lässt sich für 30 Prozent der Unternehmenslenker noch verbessern.

Unternehmensziele und Nachhaltigkeit nicht im Fokus

29 Prozent der Befragten meinen, ihr Risikomanagement müsse noch besser auf das Erreichen der Unternehmensziele ausgerichtet werden. Und 28 Prozent sind mit der Nachhaltigkeit ihres Risikomanagements unzufrieden.

Nur 11% sehen gar keinen Bedarf an Verbesserungen

Rundum zufrieden ist nur etwa einer von zehn Topmanagern: Lediglich 11 Prozent der Befragten fällt gar kein Aspekt ein, in dem das Risikomanagement ihres Unternehmens verbesserungsbedürftig wäre.

Studiengrundlage: DIE WELT-Entscheiderpanel

Für die Studie „**Wie deutsche Topmanager auf die Finanz- und Eurokrise reagieren**“ wurden 183 Entscheider aus der deutschen Wirtschaft im Auftrag des Faktenkontors zu den Auswirkungen von finanzpolitischen Unsicherheiten auf ihre Unternehmenssteuerung befragt. Die Erhebung erfolgte durch eine Online-Panel-Befragung des [„DIE WELT“-Entscheiderpanels](#). Befragungszeitraum war der 29. April bis 21. Mai 2013. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter www.faktenkontor.de bestellt werden.

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Weltweit ist die Kundenbetreuung durch die Mitgliedschaft in der internationalen Berater-Plattform ComVort gewährleistet. Als erste Kommunikationsberatung ist das Faktenkontor zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Weitere Informationen finden Sie unter www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de