

## Presseinformation

# Priorität in schweren Zeiten: Liquidität sichern

- Studie untersucht, wie Manager Finanz- und Wirtschaftskrisen begegnen

*Liquiditätssicherung  
in finanzpolitisch  
unsicheren Zeiten  
für Entscheider  
noch wichtiger als  
Risikomanagement  
und Preissicherung*

Hamburg, den 2. Juli 2013 – Im Angesicht einer Finanz- und Wirtschaftskrise steht für Unternehmen die Liquiditätssicherung an erster Stelle. Unter deutschen Topmanagern bewerten 87 Prozent Liquidität und Eigenkapitalausstattung als wichtig in finanzpolitisch unsicheren Zeiten – und billigen ihr damit eine höhere Relevanz als dem Risikomanagement und der Absicherung von Preis- und Währungsrisiken zu. Das zeigt die Studie „Wie deutsche Topmanager auf die Finanz- und Eurokrise reagieren“ der Kommunikationsagentur Faktenkontor mit dem DIE WELT-Entscheiderpanel.

*Liquidität deutscher  
Unternehmen zur  
Zeit gut – größte  
Bedrohung:  
Inflation*

Zurzeit macht die Liquidität den meisten Managern keine großen Sorgen – 88 Prozent der befragten Entscheider bewerten sie für ihr Unternehmen aktuell als gut. Als größte Bedrohung für ihre Liquidität sehen die befragten Topmanager die Inflation an. 46 Prozent schreiben der Preissteigerung einen großen Einfluss auf ihre Zahlungsfähigkeit zu – im Gegensatz zu Kredit-, Zins und Devisenkursrisiken, die nur für jeweils weniger als ein Drittel der Befragten eine vergleichbar gewichtige Rolle spielen.

*Gegenmaßnahmen:  
Kostensenkung und  
Verzicht auf  
Gewinnausschüttungen.*

Um eine angeschlagene Liquidität wieder zu verbessern, ist Kostensenkung für 69 Prozent der Manager das Mittel der Wahl. Auf Platz Zwei folgt der Verzicht auf Gewinnausschüttungen mit 51 Prozent. Mit kurzfristigen Krediten und vergleichbaren Fremdkapitalmaßnahmen würden hingegen nur etwas weniger als ein Drittel von ihnen reagieren.

*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](http://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](http://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](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de) Internet: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de)