

## Presseinformation

# Krisen bescheren Lieferanten langfristige Verträge

- **Manager: Lieferantenbindung als Mittel gegen Preis- und Währungsrisiken**

*Entscheider:  
Größte Risiken für  
Einkauf durch  
Wirtschaftskrisen  
sind Inflation und  
Wechselkurs-  
unsicherheiten*

**Hamburg, den 30. Juli 2013 – In finanzpolitisch unsicheren Zeiten durch Wirtschafts- und Finanzkrisen sehen deutsche Topmanager die Einkaufs-Seite ihrer Unternehmen in erster Linie durch Preis- bzw. Inflationsrisiken sowie Wechselkursunsicherheiten bedroht. Um diese Risiken in den Griff zu kriegen, setzten die Unternehmenslenker vornehmlich auf langfristige Lieferantenverträge zu festen Konditionen. Das sind Ergebnisse der Studie „Wie deutsche Topmanager auf die Finanz- und Eurokrise reagieren“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor mit dem DIE WELT-Entscheiderpanel.**

*Unternehmen:  
Absicherung durch  
langfristige  
Lieferantenverträge*

53 Prozent der für die Studie befragten Entscheider sehen ihren Einkauf in finanzpolitisch unsicheren Zeiten durch Preis- bzw. Inflationsrisiken bedroht, 38 Prozent durch Währungsrisiken. Beiden Gefahren wollen die Topmanager insbesondere durch langfristige Lieferantenverträge zu festen Konditionen begegnen. 46 Prozent der Befragten geben an, ihr Unternehmen würde sich so gegen Währungsrisiken schützen, sogar 57 Prozent gehen damit gegen Preisrisiken vor.

*Bleibendes Risiko:  
Lieferanten-  
insolvenzen*

Allerdings ist so eine Lieferantenbindung natürlich kein Allheilmittel, da das Risiko in erster Linie nur von einer Firma auf die andere verlagert wird. Das scheint den Entscheidern durchaus bewusst zu sein: Eine Insolvenz von Lieferanten ist in finanzpolitisch unsicheren Zeiten das drittgrößte Risiko für den Einkauf. 35 Prozent der Befragten sehen diese Gefahr.

*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)