



Pressmeddelande

Båstad 8 juli 2008

Stor outnyttjad resultatpotential i svenska företag

Managementkonsultföretaget QEEP presenterade igår vid ett seminarium i Båstad en undersökning av svenska mellanchefer attityder till att sätta upp och uppnå mål för verksamheten.

Resultaten visar att 37 procent själva anser att de kan uppnå mer än vad som krävs av dem. Det vill säga att det finns outnyttjad potential.

Endast 36 procent av alla mellanchefer vågar sätta upp mål som de inte på förhand vet om de kommer att kunna nå. Det betyder att 64 procent inte vågar sätta ribban tillräckligt högt.

Vidare framkommer också att 51 procent av mellancheferna tycker att mål ska ändras om det inte ser ut som att man når dem. Det vill säga att hälften redan från början är inställda på att det är acceptabelt att kompromissa om resultatet, vilket gör att de ger upp för lätt.

”Vi ser mycket av detta beteende i vårt arbete. Av flera orsaker presterar mellanchefer ofta betydligt mindre än vad de kan. Vi tycker att det är viktigt att belysa detta. De totala värdena i samhället som skulle uppstå av bara en liten förändring är så oerhört stora”, säger Mathias Bönnemark, VD för QEEP Sverige AB som står bakom undersökningen.

Analysen mäter de utfrågade på två skalor, förmågan att sätta och förmågan att nå ambitiösa mål, och delar sedan in dem i fyra olika arketyper med olika egenskaper.

Arketyperna är:

De dumdristiga – mellanchefer som har förmåga att sätta upp ambitiösa mål, men som saknar verktygen att nå dem. Dessa utgör 13 procent.

De räddhågsna – mellanchefer som har förmåga att arbeta metodiskt, men som saknar ambitioner i sina mål för avdelningen. Av de utfrågade tillhör 12 procent denna grupp.

Hjältarna – mellancheferna som har förmågan att sätta upp höga mål och verktygen att nå dem. Endast 9 procent av de utfrågade hamnade i denna kategori.

De handfallna – mellanchefer som hamnat fel och som bör specialiseras inom andra områden där deras kompetenser kan utnyttjas bättre. Hela 42 procent av de utfrågade stämmer med denna arketyper.



"Mellancheferna är ofta nyckeln till förändringar och resultatförbättringar i företag. Många företag lägger mycket tid och energi på att utarbeta strategier som har sin källa hos toppcheferna. De insatserna är bortkastade om inte mellancheferna involveras", säger Mathias Bönnemark.

De kvarvarande 24 procenten utgörs av dem som hamnar mellan arketyperna och som kan delas in i varje enskild grupp i lika stor grad. Dessa utgör genomsnittsegmentet.

"Att hjälpa företag att bli mer framgångsrika och lönsamma är en viktig insats för hela samhället. Sunda och effektiva företag gynnar alla, inte bara ägarna. Dessutom mår folk bättre av att prestera vad de kan", säger Mathias Bönnemark.

Qeep identifierar fyra viktiga orsaker som hindrar företag att nå sin fulla potential:

1. Företagets historik – att det finns en kultur av att inte utmana det rådande.
2. Bristande förmåga – de som skall göra jobbet har inte rätt kompetens.
3. Organisationsstrukturen – att resurser inte kan utnyttjas optimalt.
4. En ledningsgrupp som hindrar – ledningen vill eller vågar inte.

"Det är inte alls alltid mellancheferna själva som är problemet. Ofta hindras de av organisationens kultur och historik eller av ledningsgrupper som inte vill eller vågar prestera för bra. Ett för bra resultat upplevs som svårt att överträffa nästa år", avslutar Mathias Bönnemark.

Undersökningen gjordes via Internet på Zaperas Sverigepanel. Zapera har totalt 130 000 medlemmar i de nordiska länderna samt Estland och Polen. Av totalt 1 996 utskick till personer i ledningsgrupper på sina arbetsplatser svarade 1 321. Av dessa uppfyllde 408 samtliga kriterier för en mellanchefer.

För ytterligare information kontakta:

Mathias Bönnemark, VD för Qeep Sverige AB, tel. +46 709 11 14 54
e-post: mathias.bonnemark@qeep.com

Qeep är managementkonsulter som hjälper företag till resultatförbättringar genom att sätta upp höga mål och sedan arbeta nära organisationen med att följa upp målen på alla nivåer. Företaget startades 1998 och har idag 25 anställda i tre länder: Sverige, Danmark och Ungern. År 2007 omsatte Qeep 20 miljoner kronor i Sverige och ytterligare 20 miljoner kronor internationellt. Bland Qeeps kunder återfinns ICA, Sparbanken 1826, SAS, Volvo CE och YIT.