



Andere kennen viele.
Wir kennen
die Richtigen!

WHITEPAPER

Die 8 wichtigsten Kriterien für ein nachhaltiges Unternehmenswachstum

Die dynamischen Unternehmen des Mittelstands tragen in Deutschland als Innovationstreiber maßgeblich zum Florieren der Wirtschaft bei. Sie schaffen Arbeitsplätze, fördern Talente und nehmen ihre soziale Verantwortung in der Gesellschaft wahr. Laut einer Studie der Ramboll Management Consulting GmbH im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie sind gerade schnell wachsende Jungunternehmen, sog. „Gazellen“, der Motor des Fortschritts und des strukturellen Wandels. Zwischen 1995 und 2010 sind in Deutschland rund 13.000 solcher Unternehmen entstanden. Sie haben 1,35 Mio. Arbeitsplätze geschaffen, was einen Anteil von 3,8% aller in Deutschland sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten entspricht. Mit dem Thema Wachstum müssen sich die meisten Unternehmen – nicht nur die des Mittelstands – auseinandersetzen, denn für eine Weiterentwicklung braucht es ein planmäßiges und gesundes Wachstum. Wichtig ist, dieses Vorhaben strategisch im Geschäftsmodell des Unternehmens zu verankern.

Diese 8 Kriterien unterstützen ein nachhaltiges Unternehmenswachstum:

- Tragfähige Führungsorganisation
- Stabiles, hochmotiviertes Team
- Professionelle Strukturen
- Passende Vertriebs- und Produktstrategie
- Innovationskultur
- Internationalisierung
- Geeignete Finanzierung
- Interim Management

Tragfähige Führungsorganisation etablieren

Nur ein führungstaugliches Management kann einem Unternehmen zu Wachstum verhelfen, denn ein Geschäftsführer allein kann bei anhaltender Expansion nicht lange alle Hebel alleine bedienen. Wer alles selber machen will, endet schnell in einer Sackgasse. Es gilt daher, rechtzeitig eine zweite, tragfähige Führungsebene aufzubauen und den vermehrten Arbeitsaufwand auf mehrere Schultern zu verteilen. Ziel muss sein, kommunikations- und durchsetzungsstarke Führungskräfte zu finden, die in der Lage sind, selbstständige Entscheidungen zum Wohl des Unternehmens zu treffen.

Stabiles, hochmotiviertes Team aufbauen

Entscheidet sich das Management, Verantwortung abzugeben, so braucht es Mitarbeiter, die dessen Vorstellungen umsetzen können. Der Schlüssel dazu liegt in einer zur Unternehmensgröße passenden Personalentwicklungsstrategie. Denn das Finden, Fördern, Entwickeln und Halten geeigneter Mitarbeiter ist die strategische Herausforderung Nummer eins. Wichtig ist, sich als Unternehmen eine attraktive Arbeitgebermarke aufzubauen und sich offen für Instrumente wie Home-Office-Lösungen, Gleitzeit, Arbeitszeitkonten oder Sabbaticals zu zeigen. Diese helfen den Mitarbeitern bei ihrer Work-Life-Balance-Gestaltung und wirken motivierend.

Professionelle Strukturen schaffen

In einem kleinen Unternehmen herrschen flache Hierarchien vor, die Entscheidungsprozesse sind schnell und viele Dinge passieren „auf Zuruf“, was oft dazu führt, dass Aufgaben und Ziele nicht oder nur ungenau definiert sind. Für Wachstum jedoch braucht es eine definierte Mission sowie klare organisatorische Abläufe und Kommunikationsstrukturen. Jeder Mitarbeiter muss das Ziel und den Weg dorthin kennen. Ein funktionierendes Controlling sorgt für die nötige Transparenz und eine gute, vertrauensvolle Basis bei Verhandlungen mit Geldgebern. Unterschätzt wird oft die Auswahl der Dienstleister. Dabei kann der „richtige“ Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer, IT- oder Personaldienstleister das Unternehmenswachstum nachhaltig beeinflussen.

Passende Vertriebs- und Produktstrategie

In Bezug auf Produkte und Märkte benötigt jedes Unternehmen eine klare Wachstumsstrategie. Dafür braucht es nüchterne Analysen und fundierte Planungen. Es gilt zu entscheiden, ob eher Diversifizierung oder Spezialisierung des Produkt- oder Dienstleistungsangebots die passende Strategie für das eigene Unternehmen ist. Wichtig sind ein konsequenter Kundenfokus, die Definition klarer Marketing- und Vertriebsstrukturen, Festlegung von KPIs sowie strategische Partnerschaften.

Innovationskultur etablieren

Viele Unternehmen nehmen die Finanzzahlen wichtiger als die Innovation. Es ist aber umgekehrt: Nur mit innovativen Produkten und Dienstleistungen lassen sich gute Zahlen erzielen. Innovationsdenken ist Chefsache und eine mentale Haltung, die aktiv im Unternehmen verankert werden muss. Mitarbeiter müssen in ihrem Querdenken und ihrer Kreativität gefördert werden. Die Generierung von innovativen Ideen ist eine Kernaufgabe des

Vertriebs. Ein guter Vertriebsmann verkauft nie nur die aktuellen Produkte, sondern denkt daran, was er morgen braucht, um weiterhin erfolgreich zu sein. Sinnvoll ist es auch, **Programme zur Förderung (technischer) Innovationen in Anspruch zu nehmen**, z.B. **Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand der Bundesregierung**.

Internationalisierung vorantreiben

Deutsche Unternehmen müssen im internationalen Wettbewerb bestehen, wollen sie erfolgreich sein und wachsen. Die Internationalisierungsstrategie muss daher Teil der Geschäftsstrategie sein. Produkte und Dienstleistungen müssen an die verschiedenen Anforderungen ausländischer Märkte angepasst, die kulturellen Unterschiede ernst genommen werden. Notwendig dafür sind ein profundes Know-how über die Besonderheiten des jeweiligen Marktes, Kooperationen mit Unternehmen vor Ort, intensive und offene Kommunikation mit Mitarbeitern, Kunden und Partnern sowie Anreizsysteme, um die Fluktuation vor Ort so gering wie möglich zu halten und Mitarbeiter langfristig zu binden.

Geeignete Finanzierung wählen

Die Kapitalbeschaffung ist eine der zentralen Herausforderungen für jedes Unternehmen, Wachstums- und Finanzierungsmodell müssen aufeinander abgestimmt sein. Eine eher konservative Finanzierung (Cashflow und Fremdkapital) ermöglicht moderates Wachstum, aber dafür mehr Unabhängigkeit, wohin dagegen die Aufnahme von Risikokapital – bei Abgabe von Unternehmensanteilen – das Wachstum beschleunigen kann.

Interim Management als Brücke

Ein Interim Manager kann eine wichtige Rolle dabei spielen, Wachstumshemmnissen zu begegnen. Denn er besitzt Erfahrung hinsichtlich Fehlervermeidung und Hürdenumgehung – hat er doch alle Fehler schon gemacht und alle Hürden schon gesehen, denen das Unternehmen im Wachstumsprozess mit Sicherheit noch begegnen wird. Und er kann generelles Führungs-Know-how vermitteln, also Input hinsichtlich Kommunikation, Vermittlung von Richtungen und Zielen, Treffen und Durchsetzen von Entscheidungen liefern.

Fazit

Wachstum zählt zu den wesentlichen Eckpfeilern einer langfristig ausgerichteten Unternehmensstrategie und gilt oft als Allheilmittel schlechthin – es soll Probleme beseitigen, den Unternehmenswert steigern und die eigene Bedeutung aufwerten. Für nachhaltiges Wachstum müssen jedoch Produkte, Märkte, Vertrieb, Service und Strukturen zusammenspielen und genügend qualifizierte Ressourcen zur Verfügung stehen. Auf kluges und mutiges unternehmerisches Handeln kommt es an.