

## **Welches Wachstum planen deutsche Unternehmen 2016?**

**Wie Coaches und Berater zu Wachstumserfolg beitragen können. Von Dr. Anja Henke, Strategieexpertin und ICF-zertifizierte Coach.**

Der Jahresstart ist die Zeit der Pläne und Prognosen: Wie wird das wirtschaftliche Jahr 2016? Welches Wachstum ist möglich? Wo liegen Chancen und wo Risiken? Welche Strategien verfolgen die Unternehmen? Und führen diese zu ausreichend Wachstum, um nachhaltig zu bestehen?

Die Wachstumserfolge der Unternehmen sind für Coaches und Berater in hohem Maße relevant. Vom Erfolg des Unternehmens hängen die Budgets für externe Unterstützung ab. Doch nicht nur das: Wachstum ist ein komplexes Problem, das vielschichtige Kompetenzen erfordert. Damit liegt hier ein Feld für die Unterstützung der Unternehmen, in dem sich nur wenige gut auskennen. Denn Lösungen für Wachstum erfordern Standpunktwechsel und Weiterentwicklung: Den Blick auf Stärken und die Ausrichtung auf Möglichkeiten, Gestaltungswillen auch bei widrigen Umständen, die Bereitschaft Handlungsweisen zu hinterfragen und entlang von Erfolgen und Misserfolgen immer neu zu lernen. Dies sind die klassischen Terrains der Coaches.

Blickt man auf die Aussichten für 2016, so ist zu Beginn des Jahres das globale konjunkturelle Umfeld derzeit eher rückläufig. Die Weltbank senkt ihre Prognose von 3,3 auf 2,9 Prozent Wachstum. Gründe sind die schwächelnde Konjunktur in manchen Schwellenländern wie Russland und Brasilien. Auch in China geht das Wachstum von Mitte 2015 erwarteten 7,0 Prozent auf noch immer beachtliche 6,7 Prozent zurück. In den USA und der Eurozone wurden die Prognosen um je 0,1 Prozent gekappt, auf 2,7 und 1,7 Prozent.

In Deutschland wird der konjunkturelle Rahmen differenziert bewertet. Die Bundesbank geht von einer Belebung des Wachstums aus und begründet dies mit den stark gefallen Rohölpreisen, mehr Kaufkraft bei den Verbrauchern und einer verbesserten Arbeitsmarktlage. Auch die expansive Geldpolitik stimuliert das Wachstum, etwa für günstig finanzierte Investitionen. Natürlich gibt es auch Risiken, seien es die geopolitischen Konflikte, Angst vor Terror, geringere Nachfrage in den Schwellenländern oder ungelöste Probleme wie die Energiewende.

Geht es bei Unternehmen um die Planung von Wachstum, wird viel auf diese externen Faktoren geschaut. Dabei wird leicht übersehen, dass Wachstum zu rund 90% von den inneren Faktoren des Unternehmens vorangetrieben wird; selbst widrige externe Umstände haben nur einen Einfluss von 10 bis maximal 15 Prozent. Unternehmen haben es demnach selbst in der Hand, Wachstum zu gestalten. Zu den inneren Faktoren zählen harte Fakten und weiche Faktoren. Harten Fakten sind alle messbaren Aspekte, etwa Produkte, Prozesse, Zahl der Mitarbeiter, technische Ausstattung. Weiche Faktoren sind immaterielle Werte wie Patente und Marken, auch Kommunikation, Entscheidungen, Annahmen und Strategien. Für mehr Wachstum geht es also darum, innere Wachstumshemmnisse zu beseitigen und vorhandene Stärken für Wachstum zu nutzen. So hat ein Finanzdienstleister durch die Optimierung von Prozessen, besseres Zeitmanagement und eine klare Zielausrichtung die Erträge massiv und nachhaltig erhöht, ganz ohne neue Strategien oder zusätzliche Ressourcen.

Viele weitere Strategien für Wachstum sind verfügbar. Dazu gehören zum Beispiel Innovationen in Produkten und Services, auch strategisch Geschäftsmodellen. Wichtig gerade in der Exportnation Deutschland ist die regionale Expansion in neue Märkte entlang lokaler Bedarfe. Auch das Entwickeln eigener Trends ist eine Wachstumsstrategie. Diese erfordert Gestaltungswillen, die Analyse bereits laufender Veränderungen und ein gutes Verständnis aktueller wie latenter Kundenbedarfe. Apple und Google sind sichtbare Erfolge einer solchen Strategie.

Welche und wie viele Chancen für Wachstum nehmen Unternehmen in Deutschland wahr? Böse Zungen behaupten, dass viele Strategien auf das Mitschwimmen und Überleben ausgerichtet sind, nicht auf das machtvoll eigene Gestalten. Es ist also an jedem einzelnen Unternehmen, die eigenen Ambitionen zu prüfen und Wachstumschancen zu entwickeln. Wachstum macht Sinn – es macht attraktiv für Talente, es macht Investitionen leichter und Innovationen zugänglich. Zudem sichert Wachstum den nachhaltigen Bestand des Unternehmens, was besonders für die vielen Familienbetriebe wichtig ist. Damit sollte Wachstum, unabhängig vom Umfeld, ganz oben auf der Agenda der Unternehmenslenker – und der Coaches, die sie dabei unterstützen – stehen.

**Literaturtip:**

*Anja Henke*

**Wachstum in gesättigten Märkten**

**Wie Sie verborgene Potenziale erkennen und in Erträge verwandeln**

Springer Gabler 2015

186 Seiten

ISBN 978-3-658-08561-2

39,99 € (D)

Autorin: Dr. Anja Henke, ACC

Dr. Anja Henke ist Geschäftsführerin der Carpe Viam GmbH in Düsseldorf. Mit ihrem Team berät die Naturwissenschaftlerin Konzerne und Mittelstand zu Umsatz- und Ertragswachstum, Innovation und Marktführerschaft. Die frühere McKinsey-Beraterin gilt seit vielen Jahren als ausgewiesene Wachstumsexpertin.

<http://www.coachfederation.de/coach-profile/henke-anja/dr-anja-henke.html>

[www.carpeviam.com](http://www.carpeviam.com)