

Unternehmen &amp; Marken

14.11.2016

## Ideen der Mitarbeiter treiben Unternehmenswachstum

Viele Unternehmen in Deutschland sind optimistisch, auch zukünftig aus eigener Kraft zu wachsen. Dabei setzen sie vor allem auf Vertrieboptimierung, Innovationen und stärkere Nutzung der Ideen der eigenen Mitarbeiter. Externe Faktoren spielen hingegen eine untergeordnete Rolle. Hemmnisse auf dem Wachstumsweg liegen aus Managementsicht eher in der fehlenden Umsetzung und sind – ebenso wie die Erfolgstreiber – überwiegend interner Natur.

Dies sind Ergebnisse der 'Wachstumsstudie 2016' der Unternehmensberatung Carpe Viam aus Düsseldorf. Über 400 Manager aus Unternehmen unterschiedlicher Größe und Branche (Schwerpunkt im Produktions- und Dienstleistungssektor) gaben Auskunft zu ihren Wachstumszielen, Wachstumsstrategien und Wachstumsrisiken.

### Suche nach Wachstumschancen läuft – Mitarbeiter stärker gefragt

Die Untersuchung zeigt insgesamt, dass die Unternehmen weiter aktiv nach Wachstumsfeldern suchen. Die Wachstumsziele sind heterogen ausgeprägt: Meist liegen diese im einstelligen Bereich, insbesondere unternehmergeführte Betriebe verfolgen häufig aber auch ambitioniertere Ziele.

Damit diese erreicht werden können, müssen Chancen und Potenziale klar definiert und Strategien für deren Umsetzung entwickelt werden, so die Studienautoren. Weit oben auf der strategischen Agenda der Unternehmen steht – neben der Vertrieboptimierung und Innovationen in Produkten und Services – auch das Erobern neuer Märkte. Strategisch bedeutsam bleiben zudem Restrukturierung und Kostenreduktion, insbesondere in produzierenden und dienstleistenden Betrieben.

Zugleich rückt das Thema Wachstum deutlich näher an die Mitarbeiter heran: Ihre Beteiligung an der Entwicklung wachstumsrelevanter Ideen wird vom Management verstärkt gesucht.

### Umsetzung als zentrales Nadelöhr

Zugleich verdeutlichen die Ergebnisse die grundlegende Bedeutung der Umsetzung, heißt es in der Untersuchung. Die Mehrheit der befragten Manager identifiziert ein unzureichendes Umsetzungstempo als Risiko Nummer 1 auf dem Wachstumsweg. Noch versanden zu viele Strategien und Verbesserungsanläufe. Weitere unternehmensinterne Hemmnisse liegen in unzureichender Zielführung, intransparenten bzw. langsamen Entscheidungen und organisationalen Widerständen.

Umgekehrt zeigt dies sehr deutlich: Der Erfolg von Wachstum und Veränderung liegt laut Studie in den Händen der Unternehmen selbst. Denn: Die Faktoren der Umsetzung sind primär interner Natur und können von innen heraus angegangen werden. Konjunktur, Wettbewerb oder politische Rahmenbedingungen spielen aus Sicht der Befragten keine primär entscheidende Rolle.

### Banken als Ausnahme

Auffällig im differenzierten Unternehmensvergleich ist, dass Banken ihre Wachstumschancen deutlich stärker von externen Umgebungsfaktoren abhängig beurteilen als die Dienstleistungsunternehmen und Produktionsbetriebe. Auch die Wachstumsambitionen sind geringer ausgeprägt. Dies erscheint im aktuellen Marktumfeld, mit seiner deutlich gestiegenen Regulationsdichte und historischen Niedrigzinsen, wenig verwunderlich, schreiben die Studienautoren. Zugleich reduziert sich die Grundüberzeugung, Wachstum und Erfolg aus eigener Kraft schaffen zu können. Dennoch verfolgen auch die Banken zukunftsorientierte Strategien wie die Vertrieboptimierung.

Eine Kurzfassung der Ergebnisse der 'Wachstumsstudie 2016' ist [hier](#) als Download verfügbar.