



PRESSEMITTEILUNG

3. Unternehmer-Salon Bayern Wachstumsschwellen: „Nichts gilt für die Ewigkeit“

[25.10.2013] Gersthofen bei Augsburg – Nüchtern betrachtet ist Wachstum nur Mittel zum Zweck. Denn lediglich Wachstumsunternehmen überleben im Wettbewerb. Konkret heißt das: Umsatz rauf, Kosten runter. Simpel? Eher nicht. Denn auf dem Weg zum Erfolg stellen sich jedem Unternehmen früher oder später Wachstumsschwellen in den Weg. Sie verstecken sich in exogenen, zunehmend schwerer zu beeinflussenden Größen wie volatilen Märkten oder branchenübergreifenden Megatrends; sie verbergen sich in der Führung und Führbarkeit innerhalb eines Unternehmens, seiner Ressourcenausstattung, Organisation oder im Geschäftsmodell. Jede dieser Wachstumsschwellen ist an erster Stelle auch eine Wachstumsquelle – dafür müssen sie jedoch rechtzeitig erkannt, richtig beurteilt und konsequent bewältigt werden. Aber gibt es ein Frühwarnsystem, das Wachstumsschwellen unternehmens- und marktweit auf den Radar nimmt? Existiert ein Zeitplan, der abschätzen kann, wie lange man zu ihrer Bewältigung braucht? Haben Wachstumsunternehmen Therapie-Methoden, die sich auch auf andere Player übertragen lassen? Diese Fragen diskutierten erfolgreiche Unternehmer wie *Ralph Beranek*, Geschäftsführer der Seeberger GmbH, *Klaus Emler*, Geschäftsführer der Sortimo International GmbH, *Marc Deisenhofer*, Geschäftsführender Gesellschafter der Adolf Präg GmbH & Co. KG sowie *Karoline Kalb*, Leiterin Investor Relations der WashTec AG, im Rahmen des 3. Unternehmer-Salons Bayern im Ballonmuseum in Gersthofen.

Für *Prof. Dr. Wieselhuber*, seit über 25 Jahren Berater von Familienunternehmen, sind Wachstumsschwellen ganz natürliche Vorgänge im Leben jedes Unternehmens, normale Stationen auf der Strecke, die sie zurücklegen. Entscheidend in seinen Augen: Disharmonien – sei es marktseitig oder unternehmensintern – müssen rechtzeitig wahrgenommen und entsprechend



angegangen werden: *"Aktionen, Tricks und Abwarten – das reicht bei der Überwindung kritischer Wachstumsschwellen einfach nicht aus! Vielmehr wird die konsequente Umsetzung zum wesentlichen Erfolgsfaktor der erfolgreichen Wachstumsstrategie".* Die echte Innovationsfähigkeit eines Unternehmens sei dabei eine der nachhaltigsten Wachstumsquellen: *„Unternehmen müssen sich immer wieder neu erfinden und dürfen Varianten-keinesfalls mit Innovationsreichtum verwechseln – sonst werden sie irgendwann von der Bildfläche verschwinden.“*

Anja Müller, Mittelstandsredakteurin des Handelsblatts, moderierte das bunt besetzte Podium „Wachstumsschwellen und Wachstumsquellen“ mit *Ralph Beranek, Klaus Emler, Marc Deisenhofer* und *Karoline Kalb*. Fazit: Erfolgreiche Unternehmen sollten nachhaltiges Wachstum durch Firmenkonjunkturen und Unternehmertum von innen heraus ohne vergebliches Warten auf Impulse aus den Märkten generieren. Voraussetzung: Die Einstellung der Mitarbeiter und Führungskräfte – sie dürfen keine Angst vor künftigen Herausforderungen und Veränderungen haben:

Ralph Beranek: *„Starkes Umsatzwachstum im Markt kann auch neue Wachstumsschwellen im Unternehmen generieren: Die innere Organisation muss überarbeitet und Prozesse völlig neu organisiert werden, um die Nachfrage im Markt überhaupt bedienen zu können.“*

- Klaus Emler: *„Nischenmärkte, in denen man immer noch Bedarfe wecken und auch decken kann, bergen jede Menge Wachstumspotential! Deshalb macht es von Fall zu Fall durchaus Sinn sich auf angestammte Märkte „vor der Haustür“ zu konzentrieren, hier Kräfte und Kompetenzen zu bündeln und weniger internationale Märkte zu bearbeiten. Dies war unter anderem einer der Gründe für uns, sich aus dem chinesischen Markt vorerst wieder zurückzuziehen“.*



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

- Marc Deisenhofer: *„Um Wachstum zu generieren, benötigt man Ertragskraft – mit diesem Pfund können dann auch strategische Themen wie Produktinnovationen und Kundenbindung angegangen werden. Aber: Ohne die persönliche Überzeugung geht es nicht - zu Wachstum gehört Ehrgeiz!*
- Karoline Kalb: *„Wenn sich Unternehmen in internationalen Märkten neu aufstellen, um zusätzliches Wachstum zu generieren, müssen sie die Bedürfnisse der fremden Kulturen, der fremden Märkte verstehen. Das geht nur über bestens vernetzte Partner und Mitarbeiter. Das Wachstum ist auch wichtig für Investoren: Keiner würde je in ein Unternehmen investieren, für das er sich keine Wachstumschancen ausrechnet.*

Für weitere Informationen stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.

Kurzporträt Dr. Wieselhuber & Partner

Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie für Sparten und Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen. Sie ist spezialisiert auf die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Führung & Organisation, Marketing & Vertrieb, Operations, sowie auf die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Finanzierung. Mit Stammhaus in München bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kundenumfassendes Branchen- und Methoden-Know-how mit dem Anspruch, die Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und den Unternehmenswert seiner Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.

Pressekontakt:

Stephanie Meske
Dr. Wieselhuber & Partner
Unternehmensberatung
Nymphenburger Straße 21
80335 München
Telefon 089 28623-139
Email meske@wieselhuber.de