



## Lernen von den Wachstumsunternehmen - Ergebnisse einer Umfrage der Executive School of Management, Technology and Law (ES-HSG) der Universität St. Gallen

### Strategische Positionierung und gezieltes Wissen sind Basis für starkes Unternehmenswachstum

Rund 2000 zufällig ausgewählte CEOs von Schweizer Unternehmen quer durch alle Branchen wurden im Januar 2010 nach ihren Aussichten und Ansichten zum Thema Wachstum befragt. Knapp 200 von ihnen haben geantwortet - mit überraschenden Ergebnissen.

Rund 50% der befragten Unternehmen erwarten, dass sie 2010 stärker als der Markt wachsen. Sie führen diese Entwicklung auf Ihre Positionierung (54%), das Wissen der Mitarbeiter (41%) und Wettbewerbsvorteile bei Leistungen und Produkten zurück.

Eine Untergruppenanalyse zeigte zudem, dass diejenigen Unternehmen, die stärker als der Markt wachsen, überdurchschnittlich häufig einen Kurs zum Thema Unternehmertum besucht (80%) oder eine Universitätsausbildung genossen haben (63%). Das Investment in (Weiter-) Bildung scheint sich also auszuzahlen.

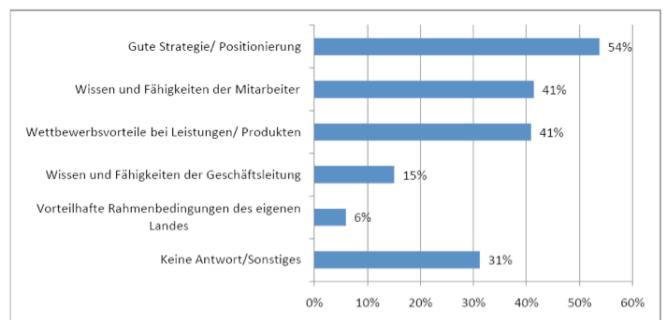
Bei den Unternehmen, die stärker als der Markt wachsen, hat die Unternehmensstrategie eine entscheidende Bedeutung für die Realisierung des Wachstums (25%). Betrachtet man die Nutzung von Skaleneffekten / Verlagerungen, Nutzung von Synergien im Konzern sowie das gezielte Managen von Wachstum ebenfalls als Elemente der Strategieumsetzung, so ist der Anteil der Strategie am Wachstum noch grösser. Interessanterweise zeigte eine Untergruppenanalyse zusätzlich, dass die CEOs von Wachstumsunternehmen sich selbst überwiegend vor allen anderen Zuschreibungen wie Visionär (47%) oder Entscheider (49%) resp. Problemlöser (39%) als «Steuermann» sehen. Die Unternehmer, deren Unternehmen langsamer als der Markt wachsen werden, bezeichnen sich vor allem als Entscheider (83%) gegenüber Visionär (33%) oder Steuermann (50%).

Die Ergebnisse zeigen deutlich, wie wichtig die Planung von strategischen Vorhaben für den Erfolg ist, die Rolle des Steuermanns scheint dabei erfolgversprechender zu sein als die des reinen Entscheiders.

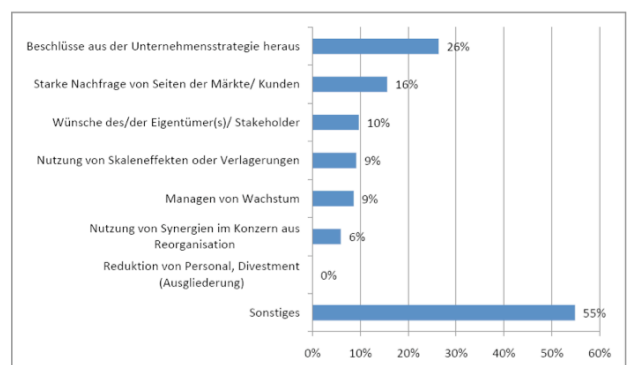
Zu Frage 2: Welche Performance-Erwartungen haben Sie für Ihr Unternehmen im 2010?



Zu Frage 3: Wenn Sie eine im Vergleich zur Marktentwicklung bessere Umsatzentwicklung erwarten, worauf führen Sie diese zurück?



Zu Frage 6: Wenn Sie bei Frage 4 'Managen von Wachstum' angekreuzt haben, welche Methoden wenden Sie für die Realisierung des Wachstums an?



# Lernen von den Wachstumsunternehmen - Ergebnisse einer Umfrage der Executive School of Management, Technology and Law (ES-HSG) der Universität St. Gallen

## Herausforderungen meistern durch gezielte Unterstützung bei IT, Innovations- management und Vertrieb

Betrachtet man die Herausforderungen der Wachstumsunternehmen, so fällt dabei auf, dass IT an erster Stelle (38%) noch vor Innovationsmanagement (28%) und Vertrieb (24%) rangiert.

Der grosse Anteil der IT spezifischen Themen überrascht - es besteht hier offensichtlich besonders viel Unterstützungsbedarf. Offenbar kommt der IT auch eine Schlüsselfunktion beim Wachstum zu, ist IT doch oft auch Voraussetzung, um weiteres Wachstum bewältigen zu können oder um strategische Wettbewerbsvorteile zu nutzen.

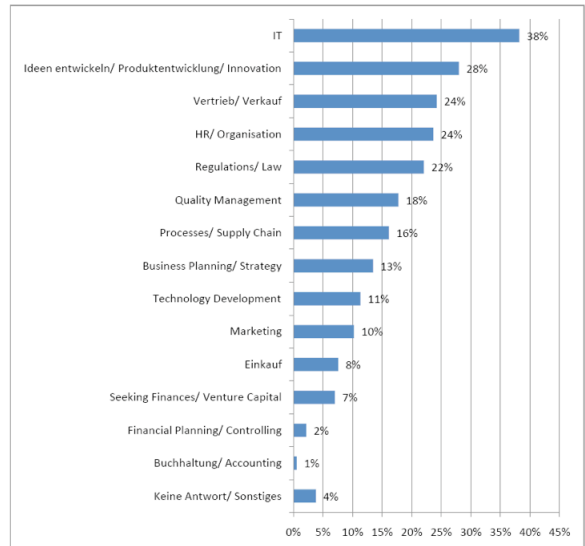
Darauf angesprochen, bei welchen Themen sich die CEO's gerne von wem Hilfe holen, zeigt sich, dass die externe Hilfe von Beratern gerne bei IT, Strategie- und Wachstumsthemen in Anspruch genommen wird.

Die CEO's lassen sich also beim Wachstum unterstützen und lernen von den Besten. Dabei zögern Sie jedoch nicht - obwohl bereits gut ausgebildet und beraten - auch selber nochmals bei IT Themen (22%), im Bereich Strategie (20%) sowie beim Wachstumsmanagement (18%) die Schulbank zu drücken.

Damit wird der grosse Stellenwert an Wissensmanagement und Weiterbildung für Wachstumsunternehmen nochmals besonders nachdrücklich unterstrichen

Frage 9:

Welche dieser Aufgaben empfinden Sie persönlich- unabhängig von Wachstumsfragen - für sich am schwierigsten im Unternehmen durchzuführen?



Frage 9:

Welche dieser Aufgaben empfinden Sie persönlich- unabhängig von Wachstumsfragen - für sich am schwierigsten im Unternehmen durchzuführen?

