

02.07.2013 - 11:31 Uhr

Unternehmen vergeben reihenweise Wachstumschancen

Zürich (ots) -

Laut aktueller Booz & Company-Studie richten nur 17% der internationalen Unternehmen ihre Investitionen, Kostenstrukturen und Organisationen auf überdurchschnittliches Wachstum aus

Volkswagen, Nestlé sowie United Internet besonders gut aufgestellt für künftiges Wachstum / Volle Konzentration auf erfolgskritische und differenzierende Fähigkeiten schafft konjunkturunabhängiges Wachstum

Die wirtschaftliche Entwicklung eines Unternehmens wird massgeblich von der Fähigkeit beeinflusst, seine Wachstumsstrategie mit fokussierten Investitionen, einer ergebnisorientierten Kostenstruktur und einer effektiven Organisation zu synchronisieren. Was nach einer Management-Binsenweisheit klingt, gelingt weltweit lediglich 17% der Unternehmen. Aus der Riege der grossen Konzerne im deutschsprachigen Raum schaffen es nur Volkswagen, Nestlé sowie United Internet in die weltweite Spitzengruppe, die ihre Organisations- und Kostenstruktur gut bzw. sehr gut auf überdurchschnittliche Wachstumschancen ausgerichtet haben.

Die restlichen 83% der Unternehmen jedoch schöpfen ihr volles Wachstum nicht aus: 20% nutzen ihre erfolgskritischen Kompetenzen viel zu wenig zielorientiert. 49% - und damit fast die Hälfte - der untersuchten Unternehmen legen deutlich zu wenig strategischen Fokus auf eine wachstumsorientierte Kostenstruktur. 14% agieren beim Erschliessen neuer Geschäftsfelder vorwiegend opportunitätsgetrieben und verschenken damit erhebliche Wachstums- sowie Kosteneinsparungsmöglichkeiten.

Das sind die zentralen Ergebnisse der aktuellen Studie "The 2013 Fit for Growth Index - How Ready Are You For Growth?" der internationalen Strategieberatung Booz & Company. Für die Studie wurden weltweit knapp 200 börsennotierte Unternehmen - davon 61 aus Europa - in den drei Kernbereichen der Unternehmensführung analysiert: Strategische Klarheit und Kohärenz des Managements, optimale Investment- und Ressourcenallokation sowie eine unterstützende Organisation. Auf dieser Basis und Kombination der individuellen Ergebnisse für die drei Teilbereiche wird für jedes Unternehmen ein Skalenwert für den Fit for Growth-Index errechnet. Dieser spezifiziert die strukturellen Voraussetzungen für überdurchschnittliches Wachstum und künftigen wirtschaftlichen Erfolg. Lediglich 6% der untersuchten Unternehmen ist laut dieser Analyse über alle drei Kernbereiche hinweg optimal für eine langfristige, profitable Wachstumsagenda aufgestellt.

Gesunde Bilanzen, aber zu schwaches Wachstum

Eine weitere Erkenntnis der Booz-Studie: Vielen Managern fällt es offensichtlich schwer, von Krisenmodus auf Wachstumsorientierung umzuschalten. "Seit der Wirtschaftskrise 2008, als viele Unternehmen ihre Kostenstruktur innerhalb kürzester Zeit und mit dem sprichwörtlichen Rasenmäher-Ansatz zurückfahren mussten, müssen Konzernlenker ihre Unternehmensstrategie nun deutlich aggressiver auf Wachstum ausrichten und dem Wettbewerb offensiv Marktanteile abnehmen", so Dr. Klaus-Peter Gushurst, Sprecher der Geschäftsführung im deutschsprachigen Raum von Booz & Company. "Viele Unternehmen weisen nach den zurückliegenden Restrukturierungsrunden zwar äusserst gesunde Bilanzen auf. Aber nur wenige verfügen über eine aggressiv-kohärente Wachstumsstrategie sowie klare strategische Prämissen, wie sie das Optimum aus ihren finanziellen Ressourcen herausholen können."

So weist die Booz-Studie etwa den Kosmetikkonzern Avon als ein Beispiel für einen sehr niedrigen Fit for Growth-Indexwert aus und damit als Unternehmen mit mittelfristig schlechten Wachstums- und Renditeerwartungen. Dessen Management hat nach langen Erfolgswahren sein Direktvertriebskonzept zu wenig auf die veränderten Kundenbedürfnisse und neuen Markterfordernisse wie etwa den Internetvertrieb angepasst. Um das Unternehmen wieder zurück auf den Wachstumspfad zu führen, muss das seit Anfang des Jahres amtierende neue Management die strategischen Prioritäten dringend neu ausrichten.

Priorität auf konjunkturunabhängiges Wachstum

Die in der Studie errechneten Korrelationen verdeutlichen eindrucksvoll: Signifikantes wie nachhaltiges Wachstum ist nur zu erreichen, wenn das Topmanagement die Investitionen auf die sorgfältig definierten, erfolgskritischen Fähigkeiten kanalisiert, die das Unternehmen im Markt und im Wettbewerb wirklich differenziert und die langfristige Konzernstrategie unterstützt. "Alle anderen Ausgaben sollten konsequent zurückgefahren bzw. komplett gestrichen werden. Unser Fit for Growth-Ansatz geht klar über die klassischen, reinen Kostensenkungsprogramme hinaus. Er differenziert zwischen strategiefördernden und 'neutralen' Kosten sowie stärkt und fokussiert die Organisation auf eine High Performance-Kultur. Nur so kann diese unabhängig von konjunkturellen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wachsen", so Thomas Ripsam, Partner bei Booz & Company in München.

Weitere Informationen zu Fit for Growth, den gesamten Report sowie ergänzendes Informationsmaterial finden Sie unter www.booz.com/ffg

Über Booz & Company:

Booz & Company ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Wir entwickeln massgeschneiderte Problemlösungen und prägen die Senior Agenda international führender Konzerne. Dabei setzen wir auf das Branchenwissen und die Expertise von über 3.000 Mitarbeitern in 58 Büros weltweit. Wir unterstützen unsere Klienten in enger, vertrauensvoller Zusammenarbeit mit messbaren Ergebnissen und erarbeiten mit ihnen differenzierende Kernkompetenzen, damit sie am Markt outperformen können. Weitere Informationen finden Sie unter: www.booz.com bzw. www.booz.com/de

Kontakt:

Karla Schulze Osthoff
Marketing & Communications Schweiz
Tel.: +41-43-268 21 37
Email: karla.schulzeosthoff@booz.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/100740709> abgerufen werden.