

## Erfolgreiche Mittelständler sehen eine Chance in der Krise

**Die Wirtschaftskrise hat den Wachstumsmotor Mittelstand längst erfasst. Dennoch sehen erfolgreiche Entrepreneure gerade in schwierigen Zeiten die Chance, sich mit konsequenter Entwicklungsarbeit für bessere Zeiten zu positionieren und gestärkt aus dem Tal herauszukommen. Den entscheidenden Vorteil sehen sie in motivierten und qualifizierten Mitarbeitern. Welche weiteren Erfolgskordinaten sie einsetzen, verrät eine Studie.**

Die Studie "Sicheres Navigieren in unsicheren Zeiten - Siegerstrategien im deutschen Mittelstand" der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young zeigt sechs wichtige Erfolgskordinaten auf, durch die sich mittelständische Unternehmen auf internationalen Märkten behaupten und auch unter verschärftem Wettbewerbsdruck und schwer berechenbaren Marktrisiken nachhaltig wachsen. Befragt und analysiert wurden dafür 65 mittelständische Unternehmen, die sich durch besondere Wachstumsstärke als Finalisten für den Wettbewerb "Entrepreneur des Jahres" qualifiziert hatten.

### **Erfolgskordinate 1: Erfolg teilen, um Mehrwert zu erzielen**

Mehr als zwei Drittel der Finalisten nehmen ihre unternehmerische Verantwortung wahr und nutzen die Chance, einen Beitrag zur gesellschaftlichen, sozialen oder ökologischen Entwicklung zu leisten. So tragen die Finalisten unabhängig von ihrer gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zur Erfüllung wichtiger gesellschaftlicher Aufgaben bei. Positive Nutzeffekte erwarten die Finalisten zudem durch Corporate Responsibility (CR). Mehr als 46 Prozent der Finalisten bestätigen einen stark bis sehr stark positiven Zusammenhang zwischen ihrem betriebswirtschaftlichen Erfolg und der Entwicklung eines CR-Engagements.

### **Erfolgskordinate 2: Der Intuition folgen, um Zukunft zu gestalten**

Das Befragungsergebnis bestätigt, dass ausgeprägtes Unternehmertum das Herzstück des deutschen Mittelstands bildet. In drei Vierteln aller Unternehmen verstehen sich die Entrepreneure nicht nur als Geschäftsführer, sondern aufgrund ihres Unternehmergeistes auch als zentrale Innovationstreiber. Dabei liefert allem Anschein nach weniger der Innovationsdruck am Markt als vielmehr ein natürlicher Innovationsdrang im Unternehmen selbst die Inspirationsquelle für immer neue Ideen und stetigen Fortschritt. (weiter auf nächster Seite)

Lebensqualität ist das notwendige Fundament für unternehmerischen und persönlichen Erfolg.

Rainer Flamm | Mentor und Coach | Hanfäckerweg 29 | D-71069 Sindelfingen  
M. +49 173 9544957 | mail@rainerflamm.de | <https://rainerflamm.de> | USt.-IDNr. DE145107088



Im Bestreben, das Wachstum auch in der Konjunkturkrise voranzutreiben, stellt sich jedes dritte Unternehmen der Herausforderung, Entwicklungs- und Markteinführungsprozesse trotz allgegenwärtiger Innovationshemmnisse zu verkürzen. Eine weitere wichtige Maßnahme zum Erhalt der Innovationsstärke ist die Intensivierung des **Innovationscontrollings**. Jedes fünfte Unternehmen sieht sich veranlasst, Innovationsprojekte, die nicht zur Sicherung des Kerngeschäfts dienen, vorläufig einzustellen. Generelle Einsparungen am Forschungs- und Entwicklungsbudget dagegen kommen nur für eine Minderheit der Befragten in Betracht. Für wenig sinnvoll halten die Unternehmen zudem die Überlegung, Innovationen zurückzuhalten, bis sich die Marktlage entspannt hat.

### **Erfolgskordinate 3: Vielseitigkeit zeigen, um Beständigkeit zu sichern**

Um die eigene Marktstellung trotz der Wirtschaftskrise zu stabilisieren, liegt für rund ein Drittel der Finalisten die Rückbesinnung auf das Kerngeschäft nahe. Allerdings sehen die Unternehmen in dieser Fokussierung nur eine kurzfristige Anpassung an die Marktsituation. Um weitere Marktrisiken auch auf längere Sicht erfolgreich abfangen zu können, ist dagegen jedes zweite Unternehmen bestrebt, sich durch Diversifizierung eine breitere Geschäftsbasis zu schaffen.

### **Erfolgskordinate 4: Horizonte erweitern, um Wachstum zu erschließen**

Der Krise zum Trotz versprechen sich die Finalisten große Wachstumsspannen im Ausland. Dies gilt sowohl im Hinblick auf eine verstärkte Bearbeitung bestehender Märkte als auch durch Erschließung neuer Auslandsmärkte. 43 Prozent der Befragten sehen ihren Zukunftsmarkt auch weiterhin im Inland, allerdings halten die Unternehmen eine Rückverlagerung von Funktionsbereichen aus dem Ausland nach Deutschland für keinen sinnvollen Schritt zur langfristigen Sicherung der Wachstumsstärke.

### **Erfolgskordinate 5: Stärken ausbauen, um Vertrauen zu gewinnen**

Die auffallend optimistische Markteinschätzung der Finalisten beruht nicht zuletzt darauf, dass sie die Wirtschaftskrise durchaus als Wachstumschance begreifen. Zwar strebt eine Zwei-Drittel-Mehrheit organisches Wachstum aus eigener Kraft an, in Anbetracht der derzeitigen Marktrisiken bemühen sich Unternehmen aber auch um strategische Kooperationen. 37 Prozent der Befragten möchten die Konjunkturkrise sogar zum eigenen strategischen Vorteil nutzen und sehen einen günstigen Zeitpunkt, um die Übernahme von Mitbewerbern einzuleiten. (weiter auf nächster Seite)

Lebensqualität ist das notwendige Fundament für unternehmerischen und persönlichen Erfolg.

Rainer Flamm | Mentor und Coach | Hanfäckerweg 29 | D-71069 Sindelfingen  
M. +49 173 9544957 | mail@rainerflamm.de | <https://rainerflamm.de> | USt.-IDNr. DE145107088



Im Vertrieb verfolgen die Unternehmen zudem eine deutliche **Offensivstrategie**. Preissenkungen und ein Sparkurs für das Marketing stoßen demzufolge ebenso auf Ablehnung wie die Überlegung, sich von weniger lukrativen Kunden zu trennen. Für zwei Drittel der Unternehmen lautet die Devise stattdessen, offensiv auf Kunden und Vertriebspartner zuzugehen, um alle Marktchancen auszuschöpfen. Die Hälfte der befragten Unternehmen macht es sich zudem zur Aufgabe, das **Vertrauensverhältnis zu ihrem Kundenstamm** zu festigen beziehungsweise zu erneuern. Jedes vierte Unternehmen hat es mit einer Vertriebsoffensive sogar gezielt auf die Kunden der Mitbewerber abgesehen.

### Erfolgskordinate 6: Werte leben, um Loyalität zu erfahren

43 Prozent der Entrepreneure sehen sich gegenüber den gelebten Unternehmenswerten ausdrücklich in der Pflicht und interpretieren die Krise als Chance, um das **Bewusstsein der Mitarbeiter für die Unternehmenskultur** zu schärfen. Jeder zweite Befragte betont die unbedingte Notwendigkeit, die Mitarbeiter für eine langfristige, nachhaltige Ausrichtung der Unternehmenstrategie zu sensibilisieren. Darüber hinaus sind 63 Prozent der Finalisten der festen Überzeugung, dass gerade in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten ein Bekenntnis der Geschäftsführung zu **unternehmerischer Verantwortung** von zentraler Bedeutung ist.

Dagegen halten die Entrepreneure eine Anpassung der Unternehmenswerte an die veränderten Marktanforderungen nicht für gerechtfertigt. Zwei Drittel der Finalisten setzen auf eine offene Kommunikation und informieren ihre Mitarbeiter regelmäßig über die aktuelle wirtschaftliche Lage des Unternehmens. Um den professionellen Umgang mit der Krise zu meistern, werden in jedem vierten Unternehmen die Führungskräfte entsprechend geschult: Sie sollen Mitarbeitern bei Fragen kompetent Rede und Antwort stehen können.

Autor: Ernst & Young, business-wissen.de

Mit besten Grüßen



Rainer Flamm

Lebensqualität ist das notwendige Fundament für unternehmerischen und persönlichen Erfolg.

Rainer Flamm | Mentor und Coach | Hanfäckerweg 29 | D-71069 Sindelfingen  
M. +49 173 9544957 | mail@rainerflamm.de | https://rainerflamm.de | USt.-IDNr. DE145107088

