

VORWORT ZUR 2. AUFLAGE

Unternehmenswachstum beschäftigt mehr denn je die betriebswirtschaftliche Diskussion in Forschung und Unternehmenspraxis. Seit dem Erscheinen der ersten Auflage hat die Bedeutung des Themas Wachstumsstrategien eher zugenommen. Indikatoren hierfür sind die hohe Zahl an Praktiker- und Beraterveröffentlichungen zu diesem Thema sowie der Verweis auf Wachstum als Ziel auf fast jeder Hauptversammlung und Bilanzpressekonferenz. Ursächlich für die gestiegene Bedeutung sind unter anderen die folgende Gründe: nachhaltige Wertsteigerung kann nur über positive Veränderungen der Unternehmen erfolgen; mit hohen Wachstumsraten sind in jüngerer Vergangenheit auch dramatische Unternehmensskandale und -krisen einhergegangen und die Kapitalmärkte üben einen höheren Druck auf Unternehmen aus, den Wert zu steigern. Viele Manager suchen vor diesem Hintergrund im Wachstum das Heil ihrer Unternehmen.

Wachstum ist allerdings kein Allheilmittel, sondern es kommt sehr darauf an, wie das Unternehmen wächst, wenn es wächst. Die Ausgangssituation des Unternehmens, die Wachstumsrichtung, die Verfügbarkeit von Managementkapazitäten sowie die Höhe und Stetigkeit der Wachstumsrate müssen zusammen passen. Da Unternehmen nicht homogen, sondern stark heterogen sind, ist klar, daß die Forderung nach einem Fit der genannten Komponenten nicht trivial, sondern höchst komplex ist. Motivation für diese Arbeit war, zum Umgang mit dieser Komplexität einen Beitrag zu leisten.

Seit der Erstauflage sind nunmehr vier Jahre vergangen. Ich habe die Forschung am Thema Wachstum in vielfältiger Weise an meinem Lehrstuhl für Unternehmensentwicklung und Electronic Media Management (Dietmar Hopp Stiftungslehrstuhl) an der WHU gemeinsam mit meinen Mitarbeitern fortgesetzt. Kernstück unserer Arbeit ist die theoriegeleitete empirische Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Unternehmenswachstum und dem Unternehmenserfolg. Hierzu wurden zwei Datenbanken geschaffen, die es erlauben, Hypothesen zu diesem Zusammenhang in vielfältiger Form zu testen. Die Erweiterung dieser vorliegenden zweiten Auflage greift maßgeblich auf dieses empirische Material zurück. Für die Erweiterung der Arbeit wurde das fünfte Kapitel neu erstellt. Das bisherige fünfte Kapitel wurde in das vierte Kapitel integriert.

An dieser Stelle möchte ich einer Reihe von Personen danken, die mich bei der Erstellung dieser zweiten Auflage unterstützt haben. Besonderer Dank gebührt meinem Mitarbeiter Fabian Günther für vielfältige Anregungen zur Überarbeitung. Danken möchte ich auch meinem Mitarbeiter Johannes Voll für Diskussionen zum dritten Kapitel. Darüber hinaus gebührt Dank all jenen, die bislang an der Planung und Durchführung unserer empirischen Untersu-

chungen beteiligt waren. Neben Fabian Günther und Johannes Voll sind dies Florian Listner, Boris Marschall von Bieberstein, Michael Schmitt, Nicolas Brand und Phillip Hassanzadeh. Meinem Mitarbeiter Ingo Kleindienst danke ich für seine Unterstützung im Rahmen der Diskussion um den Prozeß der Strategieentwicklung. Einen besonderen Dank richte ich an Frau Wrasmann und Frau Schweitzer vom DUV für die allseits gute Zusammenarbeit.

Mittlerweile habe ich auch andere Beiträge zum Wachstum - natürlich gemeinsam im Team - „vollbracht“. Deren Ergebnisse führen mir täglich vor Augen, daß Wachstum die schönste Sache ist, mit der man sich beschäftigen kann. In diesem Sinne widme ich die vorliegende zweite Auflage meinen Kindern Lilly und Paul.

THOMAS HUTZSCHENREUTER