



Organisches versus externes Wachstum

- Münchner Management Kolloquium am 9. und 10. März 2004 präsentiert „Die Zukunft des Wachstums“
- **Dr. Paul Achleitner**, Vorstandsmitglied der Allianz AG, **Rudolf Gröger**, Vorsitzender des Vorstandes von O², und **Dr. Bernd Kundrun**, Vorstandsvorsitzender der Gruner + Jahr AG, erläutern die Entwicklung der Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren externen Wachstums.

Zur Überwindung von Wachstumsbarrieren nutzen Unternehmen externes Wachstum, insbesondere Akquisitionen. Allerdings zeigt sich hier, dass in drei von vier Fällen die Unternehmenstransaktionen nicht erfolgreich sind. Nach wie vor ziehen aber Unternehmen die Akquisition dem Aufbau von eigenen ergänzenden Kerngeschäften vor. Damit werden neue Märkte erschlossen und die Wettbewerbsposition in Effizienz und Effektivität gestärkt.
(Zeichen: 736)

Welche Bedeutung die Kapitalmärkte als Rahmenbedingungen für externe Wachstumsstrategien haben, um interne Wachstumsbarrieren überschreiten und auch finanzieren zu können, wird Dr. Paul Achleitner, Vorstandsvorsitzender der Allianz AG, erläutern. Rudolf Gröger, Vorsitzender des Vorstandes von O² wird aus Sicht des Telekommunikationsmarktes eine Zwischenbilanz vielfältiger Akquisitionen zur schnellen Erschließung von Wachstumsmärkten ziehen. Die Akquisition als Methode greift auch Dr. Bernd Kundrun auf, wenn er die Erfolgsfaktoren des externen Wachstums bei der Gruner + Jahr AG erläutert und auf die Vorwärtsstrategie Bezug nimmt.
(Zeichen: 559)

Nach den empirischen Erkenntnissen aus einer Vielzahl von Beratungsprojekten in der Industrie und Studien von Professor Wildemann wird offensichtlich, dass Unternehmen mit einer Kombination aus internen und externen Wachstumsstrategien ihren Wettbewerbern in punkto Marktposition und -präsenz sowie in der Kostenposition oftmals voraus sind. Diese Aspekte wird Rudolf Gröger, Vorstandsvorsitzender von O² aufgreifen, wenn er Kriterien für den Erfolg und Misserfolg von Akquisitionen diskutieren wird. Dabei wird die Bedeutung der Synergieerzielung als essentieller Gestaltungsfaktor für den Gesamterfolg der externen Wachstumsstrategie besonders hervorgehoben werden.
(Zeichen: 594)

Die Diskussion organisches versus externes Wachstum gewinnt insbesondere dann an Brisanz, wenn erstens bereits erschlossene Märkte in ihrer Entwicklung

stagnieren oder gar rückläufig sind und zweitens bestehende Kerngeschäfte keine weiteren Potenziale versprechen. Die Entwicklung des Wettbewerbsumfeldes, in dem in vielen Branchen Konsolidierungsprozesse zur Erlangung von Marktmacht zu beobachten sind, spielt eine weitere Rolle. Dr. Bernd Kundrun wird in diesem Zusammenhang die Historie der Gruner + Jahr AG darstellen und Erfolgsfaktoren für ein Wachstum durch Kombinationsstrategien erläutern.
(Zeichen: 528)

Anmeldeformulare und Auskünfte zum **Münchener Management Kolloquium**, das diesmal unter dem Motto „**Die Zukunft des Wachstums**“ steht, sind erhältlich bei TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG, Leopoldstraße 145,
Tel. (+89) 360523-0, per Fax (+89) 36102320,
per E-Mail: Mail@tcw.de oder im Internet unter: www.tcw.de.

Hinweis an die Redaktionen: Für Journalisten ist die Teilnahme kostenlos.