



TCW-Presseinformation
Nr. M XXXIV
Februar 2004

Wachstumsgrenzen verschieben

- Münchner Management Kolloquium am 9. und 10. März 2004 diskutiert zu Zukunft des wirtschaftlichen Wachstums
- Charles Depasse, Senior Vice President Operations von Nycomed Denmark A/S, Christoph Schönberger, Peters, Schönberger & Partner, Dr.-Ing. Karl-Heinz Klein, Aufsichtsratsvorsitzender BCT Technology AG, und Jürgen Fritz, Mitglied der Geschäftsleitung der SAS Institute GmbH, diskutieren Ansätze und Rahmenbedingungen unternehmerischen Wachstums durch die Erschließung neuer Märkte.

In Zeiten wirtschaftlicher Rezession, allgemeiner Kaufzurückhaltung der Kunden und der Unsicherheit der zukünftigen Entwicklung in angestammten Märkten finden sich Unternehmen vor einer grundlegenden strategischen Problemstellung wieder: Wie können Unternehmen ihr Wachstum und damit ihre Überlebensfähigkeit und langfristige Profitabilität in dem aktuellen schwierigen Umfeld sicherstellen? Vor diesem Hintergrund gewinnt die Erschließung neuer Märkte und Marktsegmente erneut an Bedeutung und rückt als Element der Wachstumsstrategie wieder verstärkt in das Blickfeld der Unternehmenslenker.

(Zeichen: 525)

Das Wachstum eines Unternehmens ist allgemein als eines der wichtigsten strategischen Ziele anerkannt, das gegenüber der kurz- und mittelfristigen Gewinnmaximierung den langfristigen Erhalt der Profitabilität sicherstellt. Die Frage nach dem Wachstum ist gleichzeitig immer auch eine Frage des Überlebens und der Weiterentwicklung im von steigendem Wettbewerbsdruck gekennzeichneten Umfeld. Insbesondere das organische Wachstum, das aus der eigenen Kraft des Unternehmens und ohne M&A-Transaktionen generiert wird, erfordert in zweierlei Hinsicht die Innovationsfreudigkeit und Kreativität der Wirtschaftslenker: Einerseits müssen bekannte und erprobte Instrumente der Markterschließung auf innovative Art und Weise eingesetzt werden, um neue Segmente in angestammten Märkten oder gänzlich neue Märkte zu erobern. Ferner setzt eine erfolgreiche Expansionsstrategie auch die Entwicklung neuer, innovativer Methoden und Konzepte voraus. Mit welchen Instrumenten und unter welchen steuerpolitischen Rahmenbedingungen der Aufbruch in neue Märkte gestaltet werden kann, wird auf dem Münchner Management Kolloquium durch Experten aus der Praxis diskutiert, die aus ihren Erfahrungen in der Umsetzung von Expansionsstrategien berichten.

(Zeichen: 1085)

Charles Despasse von Nycomed Denmark wird auf dem 11. Münchner Management Kolloquium von Forschungsaktivitäten losgelöste Wachstumsmöglichkeiten in der Pharmaindustrie erläutern. Wie sich zielorientierte Strategien und ein klar definiertes Rollenverständnis in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße auf unternehmerisches Wachstum auswirken, diskutiert Karl-Heinz Klein von der BCT Technology AG. Christopher Schönberger, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater bei Peters, Schönberger & Partner, wird einen praxisorientierten Einblick in die Diskussion um die internationale Steuergesetzgebung und deren Einfluss auf unternehmerisches Wachstum geben. Kommunikation und Transparenz im Unternehmen kann ein wichtiger Erfolgsfaktor für Wachstumsstrategien sein. Diese Bedeutung wird von Jürgen Fritz, SAS Institute GmbH, dargelegt und zur Diskussion gestellt.

(Zeichen: 760)

Anmeldeformulare und Auskünfte zum **Münchener Management Kolloquium**, das diesmal unter dem Motto „**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.