

## Versteckte Wachstumspotenziale im Heimatmarkt nutzen

**Auf der Suche nach Wachstumschancen klammern viele europäische Unternehmen den Heimatmarkt oft aus. Dieser sei gesättigt, wettbewerbsintensiv und margenschwach. Die Erfahrungen der Managementberatung Homburg & Partner zeigen jedoch, dass gerade im europäischen Inlandsgeschäft in vielen Branchen noch enorme Wachstumspotenziale existieren.**

MANNHEIM. Die Inlandsumsätze europäischer Unternehmen sind oft rückläufig. Sättigung des Marktes, Preisverfall oder schlechtere Abschlussquoten sind viel zitierte Gründe. Dabei belegen zahlreiche Studien und die jahrelange Projekterfahrung von Homburg & Partner, dass der Heimatmarkt eine von vielen Möglichkeiten bietet, Wachstum zu generieren und dementsprechend keineswegs vernachlässigt werden sollte.

„Die entscheidende Frage für die Unternehmen ist es, herauszufinden, wie diese versteckten Wachstumspotenziale im Heimatmarkt gehoben werden können“, erklärt Dr. Michael Scholl, Geschäftsführer von Homburg & Partner. „Dabei haben wir die Erfahrung gemacht, dass sich Verbundgeschäfte für unsere Kunden besonders in der Baustoff-, Gesundheits- und ICT-Branche äußerst attraktiv auf den Unternehmensgewinn ausgewirkt haben. So konnten zusätzliche Potenziale von 5% bis zu einem Vielfachen des Kerngeschäfts realisiert werden“. Käufer einer Business-Software geben beispielsweise oft noch 30-70% der Jahreskosten für Schulungen, Konfiguration oder Service aus. Ebenso zahlt ein Krankenhaus beim Kauf eines Geräts noch 30-70% zusätzlich für Installation, Wartung und Integration in die Krankenhaus-Software. Zwar sind diese Verbundgeschäfte nicht neu, verschrecken den Anbieter aber oft durch Investitionskosten und geringe Kenntnis des Segments. Eine systematische Analyse von Homburg & Partner zeigt auf, dass Vorteile wie die Teilung der Marketing- und Vertriebskosten die anfänglich höheren Herstellkosten kompensieren und Verbundgeschäfte als effektive Wachstumstreiber im Heimatmarkt genutzt werden können.

„Um das Basisgeschäft der Unternehmen zu sichern, ist es aus unserer Sicht unverzichtbar, die Bereiche Marketing und Vertrieb auf Veränderungen im Heimatmarkt professionell vorzubereiten und dementsprechende Anpassungsmaßnahmen zu treffen. Dies kann in einem stagnierenden Gesamtmarkt – wie das in vielen Branchen auch in diesem Jahr zu erwarten ist – zu einem echten Wettbewerbsvorteil werden. Auf diese Weise kann, trotz schwieriger Rahmenbedingungen, Wachstum generiert und der langfristige Unternehmenserfolg gesichert werden“, schließt Dr. Michael Scholl sein Statement ab.

### **Homburg & Partner: Excellence in Marketing, Sales & Pricing**

Homburg & Partner ist eine international tätige Managementberatung mit Fokus auf die Themenfelder Marketing, Sales & Pricing, die im Jahre 1997 vom renommierten Marketingexperten Prof. Christian Homburg gegründet wurde. In der 2012 erhobenen unabhängigen Studie „Hidden Champions im Beratungsmarkt“ wurde Homburg & Partner zum zweiten Mal in Folge zur mit Abstand besten Marketing- und Vertriebsberatung gewählt. Ausführliche Informationen unter [www.homburg-partner.com](http://www.homburg-partner.com).

---

Für Rückfragen oder detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Jan Henkel (Head of Communications), Tel.: +49 621 1582-111, E-Mail: [jan.henkel@homburg-partner.com](mailto:jan.henkel@homburg-partner.com)