

Abstract

Titel: Erfolgreiches Wachstum durch Mentoring

Mentoring zur Business Acceleration in der 2. Stage, für Unternehmen in der Ostschweiz

Kurzzusammenfassung: In der vorliegenden Arbeit steht die Untersuchung und Beschreibung der essenziellen Faktoren für die Beschleunigung von Unternehmen durch Mentoring in der Wachstumsphase im Mittelpunkt. Um sowohl den Unternehmenden als auch den Mentoren oder ihren Organen die Möglichkeit zu geben, ihre Tätigkeit durchzuführen, ist die Erarbeitung und Einführung von allgemeinen Qualitätsstandards sinnvoll. Es ergibt sich der Schluss, dass Mentoring den Erfolg von Unternehmen in der 2. Stage entscheidend beeinflusst. Es hat sich gezeigt, dass Mentoring erfolgreich ist, wenn: Es spezifisch und nahe an der Realität der betreuten Unternehmen ist, über eine längere Periode andauert und Qualifikations- sowie Qualitätsstandards gelebt werden.

Verfasser/in: Nils Bahn

Herausgeber/in: Prof. Dr. Lukas Scherer oec. HSG

Veröffentlichung (2017): 30.06.2017

Zitation: Nils Bahn, 2017, Erfolgreiches Wachstum durch Mentoring. Mentoring zur Business Acceleration in der 2. Stage, für Unternehmen in der Ostschweiz.
FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften:
Masterarbeit MSc in Business Administration

Schlagworte: Mentoring, Coaching, Business Acceleration, Business Accelerators, Wachstum, Wachstumsphase, öffentliche Institutionen, Qualitätsstandards, Qualifizierung

Ausgangslage

KMU schaffen die meisten Arbeitsplätze in unserer Volkswirtschaft, aber nicht alle neu gegründeten Unternehmen überleben die ersten Jahre (Lalkaka 2001, S. 14). In vielen Fällen benötigen die Gründer eine langfristige Unterstützung, die nicht nur im wirtschaftlichen, sondern auch im persönlichen Bereich liegt (Hughes 2010, S. 95-97). Eine wichtige Massnahme in diesem Bereich liegt im Fördern von Instrumenten wie Business Accelerators oder Mentoring (Heilmann, Jung & Reichart 2015, S 6). Hochschulen werden immer mehr zu aktiven Spielern, die die lokale wirtschaftliche Entwicklung fördern, auch durch die Schaffung von Inkubatoren und andere Überbrückungsinstitutionen, für die Wachstumsphase (2. Stage). (Afonso et al. 2010, S. 2; Markkula & Kune 2015, S. 10)

Ziel

Im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit steht die Untersuchung und Beschreibung der essenziellen Faktoren für die Förderung von Unternehmen in der 2. Stage, insbesondere die Darstellung des Nutzens des Mentorings für die Beschleunigung von Unternehmen in dieser Phase. Um sowohl den Unternehmenden als auch den Mentoren oder ihren Organen die Möglichkeit zu geben, ihre Tätigkeit durchzuführen, ist die Erarbeitung und Einführung von allgemeinen Qualitätsstandards sinnvoll, analog derer, die bei ähnlichen Berufsgruppen vorhanden sind.

Vorgehen

Die im theoretischen Teil erarbeiteten Erkenntnisse wurden durch Experteninterviews weiter erörtert, und die Ergebnisse einander gegenübergestellt. Die Interviewpartner waren entweder aktive Mentoren, leitende Personen aus Institutionen, aus diesem Bereich, oder beratene Unternehmende. So konnten Handlungsempfehlungen mit einer gewissen Praxisrelevanz definiert werden.

Erkenntnisse

Zusammenfassend ergibt sich der Schluss, dass Mentoring den Erfolg von Unternehmen in der 2. Stage entscheidend beeinflussen kann. Es hat sich gezeigt, dass Mentoring erfolgreich ist, wenn: Es spezifisch und nahe an der Realität der betreuten Unternehmen ist, über eine längere Periode bestehen bleibt und dabei Qualifikations- sowie Qualitätsstandards gelebt werden. Die aus der Literatur ermittelten Qualitätsstandards haben sich in der empirischen Untersuchung bestätigt, und folgender Regelkreis konnte abgeleitet werden: (1) Bedarfsanalyse (2) Definition Erwartungen an Mentor (3) Identifikation bestehender Mentorenbeziehungen (4) Gegebenenfalls Anpassung des Programms oder Erweiterung durch zusätzliche Mentoren (5) Hinzuziehen weiterer Mentoren (6) Einrichtung von Kommunikationsinstrumenten (7) Einrichtung einer professionellen Qualitäts- und Fehlerkultur (8) Regelmässige Evaluierung der Mentorentätigkeit.

Literaturquellen

- Afonso, Ó., Monteiro, S., & Thompson, M. J. R. (2010).** A growth model for the quadruple helix innovation theory.
- Heilmann, D., Jung, S., & Reichart, T. (2015).** Erfolgsfaktoren für die Etablierung von Inkubatoren im Ruhrgebiet, Handelsblatt Research Institute.
- Hughes, S. (2010).** Mentoring and coaching. How to be a Brilliant Mentor: Developing Outstanding Teachers, 95 (1). S. 1-3.
- Lalkaka, R. (2001).** Best practices in business incubation: Lessons (yet to be) learned. In International Conference on Business Centers: Actors for Economic & Social Development. Brussels, November, 14-15.
- Markkula, M., & Kune, H. (2015).** Making Smart Regions Smarter: Smart Specialization and the Role of Universities in Regional Innovation Ecosystems. Technology Innovation Management Review, 5(10).