

BÄNDER | RIECHE | ROHRE
THEMEN WIRTSCHAFT/MANAGEMENT

Unternehmensnachfolge abgelehnt

WENN SOHN ODER TOCHTER SICH DER AUFGABE NICHT GEWACHSEN FÜHLEN, DANN SIND NEUE KONZEPTE GEFRAGT, WIE SIE ETWA EINE UNTERNEHMENSVERMITTLUNG BIETEN KANN. EINE BESTANDSAUFNAHME DES PROMECON-GESCHÄFTSFÜHRERS R. BLOKSMA.

Während große M-&A-Transaktionen die Schlagzeilen der Wirtschaftspresse beherrschen, wird über Käufer und Verkäufer mittelständischer Unternehmen selten berichtet. Die Ursachen sind hier einerseits, entgegen der hohen Bedeutung deutscher KMUs für die heimische Volkswirtschaft, in der geradezu unverständlich geringen Attraktivität und Popularität kleiner und mittlerer Betriebe in weiten Teilen der Bevölkerung und Politik zu erkennen. Andererseits sind die steuerlichen, insbesondere auch die erbschaftssteuerlichen und gesellschaftsrechtlichen Bedingungen und Auflagen beim Verkauf kleiner und mittlerer Unternehmen, im Vergleich zum Erwerb von Aktienanteilen großer Kapitalgesellschaften nicht weniger komplex und erfordern dezidiertes Expertenwissen.



»Promecon steht für Diskretion, Integrität, strategische Vorgehensweise und Effizienz.«

DIPL.-KFM. R. BLOKSMA, GESCHÄFTSFÜHRER VON PROMECON

BESTANDSAUFNAHME

Gerade diese Rahmenbedingungen und Zwänge sind neben den exogenen Faktoren wie Globalisierung und dem Zwang zur Technologie- oder Preisführerschaft die Ursache dafür, dass immer weniger Nachfolger aus der eigenen Familie sich in der Lage sehen, den inner- und außerbetrieblichen Anforderungen mittel- bis langfristig zu entsprechen – und dabei ist klar, dass bei diesem Job heute mehr denn je höchste Flexibilität und sou-

veränes Beherrschen der Geschäftsprozesse gefordert wird. Im Vergleich zu 1995 gingen Nachfolgelösungen durch Unternehmerkinder in deutschen KMUs von circa 69 Prozent auf unter 50 Prozent in 2005 zurück, Tendenz weiter nachgebend. Auch das Verfügbar über die erforderlichen Produktionsfaktoren wird zunehmend schwieriger. Die Deviselautet damit für viele Inhaber kleiner und mittlerer Unternehmen – lieber jetzt den Betrieb an größere Marktteilnehmer zu guten Konditionen zu veräußern, als in ein paar Jahren deutscher Wirtschafts- und Standortpolitik die Unverkäuflichkeit des Unternehmens zu riskieren. Für eine solche

SINKENDE NACHFRAGE

Mittelständischen Unternehmen bleibt dieser Weg zumeist versperrt und über kurz oder lang die ausschließlich profitable Nischenstrategie zum Überleben. Für austauschbare Produkte und Leistungen wird es zunehmend schwerer überhaupt kostendeckende Aufträge zu erhalten und die Marktposition zu behaupten. Ein zu-

sein Unternehmen exklusiv in bbr vor 50

veränes Beherrschen der Geschäftsprozesse gefordert wird. Im Vergleich zu 1995 gingen Nachfolgelösungen durch Unternehmerkinder in deutschen KMUs von circa 69 Prozent auf unter 50 Prozent in 2005 zurück, Tendenz weiter nachgebend. Auch das Verfügbar über die erforderlichen Produktionsfaktoren wird zunehmend schwieriger. Die Deviselautet damit für viele Inhaber kleiner und mittlerer Unternehmen – lieber jetzt den Betrieb an größere Marktteilnehmer zu guten Konditionen zu veräußern, als in ein paar Jahren deutscher Wirtschafts- und Standortpolitik die Unverkäuflichkeit des Unternehmens zu riskieren. Für eine solche

len- und Büroflächen. Ein zeitnaher Verkauf der Gewerbeliegenschaften bzw. langfristige Mietverträge mit den Unternehmenserwerbern ist demzufolge vorzuziehen. Insofern ist die interne Nachfolge eine Gratwanderung zwischen dem Vertrauen in die Kraft, Entrepreneurship, Durchsetzungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft des eigenen Nachwuchses auf der einen Seite und der Reaktionsgeschwindigkeit im Misserfolgsschritt auf der anderen Seite. Dennoch gibt es sehr gute Lösungen für die ältere Unternehmensgeneration, wenn Sohn oder Tochter die Nachfolge nicht antreten. Langjährig am Markt tätige und erfahrene Unternehmensmakler kennen beim Verkauf an Dritte die Anforderungen aus Käufer- und Verkäufersicht, beherrschen die Methoden erfolgreicher Strukturierung von Verkaufs-

prozess und verfügen über qualifizierte Käufer und damit über die alles entscheidenden Kontakte in Industrie, Handel und Handwerk.

Lösung sprechen zugegebenermaßen sowohl einzelwirtschaftliche wie auch volkswirtschaftliche Gründe. Der eigentliche Sinn liegt neben der Erzielung eines ordentlichen Verkaufspreises hauptsächlich in den so genannten »economies of scale«. Größere Unternehmen werden durch Zukäufe im Mittelstand

KONTAKT

PROMECON GMBH UNTERNEHMENSVERMITTLUNG

73630 Remshalden
Ufersusterstraße 18
KONTAKT - Dipl.-Kfm.
R. Bloksma
TEL _ 0 7151 / 7000 12-0
FAX _ 0 7151 / 7000 12-8
E-MAIL _ info@
promecon-gmbh.de
www.promecon-
unternehmensmarkt.de

SPEZIAL
MATERIALFLUSS/LOGISTIK
Wege zu mehr Produktivität
9 Seiten Technik und Innovationen

R. BLOKSMA

D 065 09 - Postvertriebsstück Entgelt bezahlt - Heinrich Publikationen GmbH, 32205 Glöttling