



Nachfolgebörse statt Mitgliederschwund

Wie Verbundgruppen ihre Mitglieder unterstützen können.

Einleitung

Nach Schätzungen des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) erreichen in den Jahren 2022 bis 2026 ca. **815.000 Inhaber von Familienunternehmen in Deutschland das Ruhestandsalter**. Vor allem wegen des **demographischen Wandels** stehen zur Nachfolge viel zu wenige jüngere Menschen bereit. Die Anzahl der Unternehmensgründungen sank in den letzten zehn Jahren um über 40%. Geringe Arbeitslosigkeit und Fachkräftemangel bremsen die Gründungsambitionen der jüngeren Generationen zu Gunsten von attraktiven Angestellten-Jobs. Auch der **Wertewandel** – „Work-Life-Balance“ anstatt „ich-will-mein-eigener-Herr-sein“ – dämpft die Gründungsmotivation. Und wenn der Sprung in die Selbstständigkeit doch gewählt wird, sind Start-ups im IT- und Onlinebusiness mit einem Anteil von 30% an allen Gründungen für die jungen Leute deutlich attraktiver als etablierte Geschäftsmodelle. Diese Entwicklungen führen dazu, dass die **Anzahl der Unternehmensschließungen um 37% über der Anzahl von Gründungen** liegt.

Für Verbundgruppen kann dies einen erheblichen **Mitgliederschwund** mit deutlich **negativen Auswirkungen** auf den Marktanteil und das Einkaufsvolumen zur Folge haben. Woraus sich dann wiederum durch schwindende Attraktivität der Verbundgruppe (z.B. schlechtere Einkaufskonditionen) eine Abwärtsspirale in Gang setzen kann.

Die Herausforderung

Die typischen Mitgliedsunternehmen von Verbundgruppen haben zunehmend **Schwierigkeiten mit der Nachfolgeregelung**. Den kleineren Unternehmen bleibt oft nur noch die **Schließung** übrig. Die größeren finden vermehrt Anschluss an strategische Investoren bzw. an Finanzinvestoren (Private Equity), die aufgrund eigener Stärke **weniger Interesse an einer Kooperation** haben.

Für Verbundgruppen führt beides zum **Verlust von Mitgliedern** und **verringertem Marktanteil**. Eine Unterstützung der Mitgliedsunternehmen bei ihrer Nachfolgeregelung hilft deshalb nicht allein dem langjährigen Mitglied, sondern auch der Verbundgruppe selbst.

Um den in der Einleitung beschriebenen Entwicklungen Rechnung zu tragen, sollte die Unterstützung nicht nur alle Aspekte der umfangreichen **Nachfolgeberatung**, wie z.B. Aufzeigen der Nachfolgevarianten und Unternehmensbewertung, sondern zusätzlich auch die konkrete Nachfolger- bzw. Käufervermittlung umfassen. Eine Kooperation kann hier ihr Markt- und Branchen-Know-how ausschöpfen. Und wenn die Vermittlung an ein anderes Mitgliedsunternehmen als Käufer gelingt, kann die Verbundgruppe gleich zwei Mitglieder erfolgreicher und zufriedener machen.

Die Ausgangslage

In der gegenwärtigen Situation konzentrieren sich die meisten Verbundgruppen auf den Einkauf und das Marketing. Gerade im Einkauf bereiten Lieferkettenprobleme und steigende Preise vielen Verbundgruppen große Sorgen. Während es sich hier jedoch um Herausforderungen handelt, die voraussichtlich kurz- bis mittelfristig an Bedeutung verlieren werden, geht es bei der **Nachfolgeproblematik** um eine strukturelle Entwicklung, die viele Branchen mindestens die nächsten 15 Jahre belasten wird.

Dabei ist der Peak dieser Entwicklung noch nicht erreicht, denn die Schere öffnet sich von Jahr zu Jahr immer weiter: Erst **2029 erreicht der geburtenstärkste Jahrgang** in Deutschland **das übliche Ruhestandsalter von 65 Jahren**. Gleichzeitig werden diejenigen, die sich im Hauptgründungsalter befinden, immer weniger.



Früher an später denken

Das Thema Nachfolge wird deshalb vielen Unternehmern schlaflose Nächte bereiten. Ebenso viele werden das Problem verdrängen und riskieren damit ein **Scheitern der Nachfolgeregelung** mit teilweise verheerenden Folgen für die persönliche finanzielle Ruhestandsplanung, da der Liquidationserlös gerade noch für die Zahlung der letzten offenen Lieferantenrechnungen ausreicht. Die **Verbundgruppe verliert Mitglieder und Marktanteile**.

Win-Win-Lösung

Hiermit wird klar, dass das Thema Nachfolge sowohl für das betroffene Mitglied als auch für die Verbundgruppe selbst von erheblicher Bedeutung ist. Für Verbundgruppen empfiehlt es sich deshalb, den Mitgliedern proaktiv ein entsprechendes **Service- und Beratungsangebot** zu unterbreiten.

Welche Inhalte könnte nun ein solches Angebot für Mitglieder von Verbundgruppen haben?



Inhalte Nachfolgeberatung für Verbundgruppenmitglieder (15-Punkte-Plan)

1. Frühzeitige Sensibilisierung für das Thema Nachfolge
2. Vorbereitung des/r Unternehmers/erin auf den Ruhestand
3. Vorbereitung des Unternehmens auf die Nachfolge
4. Unternehmensbewertung
5. Nachfolgestrategien erarbeiten
6. Prozess des Unternehmensverkaufs und Vertragsgestaltung
7. Vertrauliche Kaufinteressentensuche
8. Gestaltung der Übergangsphase
9. Existenzgründungsberatung
10. Motivation anderer Mitglieder zum Wachstum bzw. zum Unternehmenskauf
11. Wachstumsstrategieberatung für Mitglieder als Kaufinteressenten
12. Suche nach möglichen Übernahmekandidaten
13. Unterstützung bei der Due Diligence
14. Verhandlungsmoderation
15. Post Merger Integration

1. Frühzeitige Sensibilisierung

Über die internen Informationskanäle der Verbundgruppe sollten die Mitglieder für das Thema Nachfolgeregelung sensibilisiert werden. Aufgrund der Komplexität von Nachfolgeregelungen gibt es **fast nie ein „zu früh“, aber sehr häufig ein „zu spät“** für den Planungsbeginn. Über die vorhandenen Mitgliederdaten können z.B. gezielt die Unternehmer angesprochen werden, die eine bestimmte Altersgrenze erreicht haben (z.B. 55 oder 58).

2. Vorbereitung des/r Unternehmers/in auf den Ruhestand

Besonders engagierten Unternehmern fällt das „Loslassen“ oft schwer. Ist der Schritt dann vollzogen, müssen viele Unternehmer von einer 60 bis 80 auf eine „0“ Stundenwoche umschalten. Weil in den erfüllten Zeiten als Unternehmer kaum Zeit für den Aufbau von Hobbys oder außerbetrieblichen Aktivitäten blieb, haben nicht wenige Schwierigkeiten, die viele **Freizeit** mit „Leben“ zu füllen. Wenn passende Hobbys oder Freizeitaktivitäten (z.B. Fernreisen oder Oldtimerrestaurieren) vorhanden sind, müssen diese auch finanziert werden – die **finanzielle Altersvorsorge** muss also zum geplanten Leben im Ruhestand passen. Insgesamt muss also der Unternehmer auf ein Leben ohne sein Unternehmen vorbereitet werden.



3. Vorbereitung des Unternehmens auf die Nachfolge

Auf der anderen Seite muss das Unternehmen auf seine Fortführung ohne den Unternehmer vorbereitet werden. Als erste „Fingerübung“ hierfür empfiehlt sich die Aufstellung eines sogenannten **Notfallplans**, in dem das Unternehmen auf die plötzliche sowie unerwartete Abwesenheit des Unternehmers (z.B. durch Krankheit) vorbereitet wird. Nach der Erarbeitung des Notfallplans fällt es deutlich leichter, das Unternehmen auch auf die **dauerhafte Abwesenheit** des Unternehmers einzustellen. Hierfür ist es erforderlich, aus dem Betrieb ein System zu machen, das ohne den Unternehmer funktioniert.

Der Notfallplan sichert zum einen den Fortbestand des Unternehmens im Ernstfall und ist zum anderen Basis für die Planung der Zeit nach dem Ausscheiden des Unternehmers.

4. Unternehmensbewertung

Die meisten Firmeninhaber haben **keine realistische Vorstellung** vom Wert ihres Unternehmens. Oft müssen die überzogenen Preisvorstellungen des Verkäufers für sein „Lebenswerk“ auf einen klar begründeten realistischen Wert korrigiert werden. Schwierig wird es dann, wenn der Verkaufspreis die Hauptgrundlage der gesamten Altersvorsorge des Unternehmers ist.

Bei der Anpassung eines etablierten Bewertungsverfahrens (z.B. Ertragswertverfahren) an die **Branche** kann die **Verbundgruppe** von ihrem **Know-how** z.B. durch vorhandene Benchmarks profitieren. Erfahrungswerte können auch zur Ermittlung eines für die Branche passenden Multiplikators genutzt werden. Dann kann dem Verkäufer bereits vor Durchführung eines detaillierten Bewertungsverfahrens eine erste Einschätzung des möglichen Verkaufspreises gegeben werden.

5. Eine Nachfolgestrategie erarbeiten

Besonders in kleineren Betrieben fehlt es an Kenntnissen darüber, welche verschiedenen **Möglichkeiten** (z.B. **Management-Buy-out, MBO** oder **Management-Buy-in, MBI**) es bei der Nachfolgeregelung gibt und welche davon am besten zum Unternehmen sowie zur individuellen Situation passen.

Der zweite wichtige Aspekte der Nachfolgestrategie ist die **Zeitplanung**. Der Faktor Zeit wird sehr häufig unterschätzt. Denn auch bei reibungslos ablaufenden Transaktionen muss genügend Zeit für die Entscheidungs- und Verhandlungsphasen eingeplant werden. Auch die interne Bearbeitungszeit der finanzierenden Bank und einer eventuell beteiligten Förderbank (z.B. KfW) muss Berücksichtigung finden.



6. Prozess des Unternehmensverkaufs und Vertragsgestaltung

Da der Großteil der Firmeninhaber nur einmal in seinem Leben ein Unternehmen verkauft, ist das Wissen um den zum Teil **komplexen Prozess** kaum ausgeprägt. Neben der Führung durch den Ablauf wird meist auch Unterstützung bei der **Vertrags- und Steuergestaltung** benötigt. Auch allgemeine Musterverträge können hilfreiche Informationen vermitteln. Selbstverständlich darf, wenn keine Rechtsanwälte bzw. Steuerberater involviert sind, keine Rechts- oder Steuerberatung geleistet werden.

7. Vertrauliche Kaufinteressentensuche

Über die klassische Nachfolgeberatung hinaus geht die Kaufinteressentensuche. Gerade wenn Kaufinteressenten im Kreis der Wettbewerber gesucht werden, besteht ein hohes Risiko dafür, dass wertvolle Kunden und/oder Mitarbeiter verloren gehen. Erfolgt die Ansprache zunächst anonym über die Verbundgruppe, wird dieses Risiko deutlich minimiert. Kaufinteressenten mit ernsthaften Kaufambitionen werden auch vor einer **Vertraulichkeitsvereinbarung** mit inkludierter Vertragsstrafe nicht zurückschrecken. Die Vereinbarung kann die Verbundgruppe einholen und dem Verkäufer so mehr Sicherheit verschaffen.

8. Gestaltung der Übergangsphase

Je kleiner das Unternehmen ist, umso stärker ist in der Regel die **Inhaberabhängigkeit**. Der Alt-Inhaber ist überall in das operative Geschäft involviert und die **zentrale Schnittstelle** im Betrieb. Die Beziehungen zu Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden sind auf seine Person fixiert. Für einen erfolgreichen Übergang auf den neuen Inhaber ist es unerlässlich, die **Übergangsphase** so zu gestalten, dass eine Fortführung des Betriebs im Anschluss reibungslos funktioniert.



9. Existenzgründungsberatung

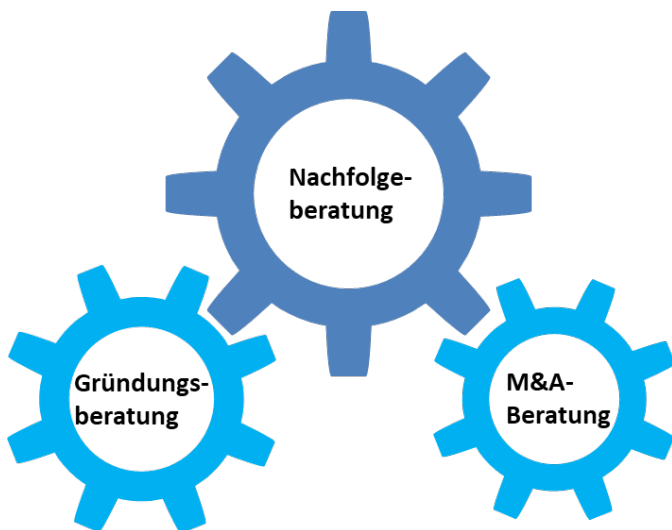
Auch wenn die Anzahl der **gründungswilligen Kaufinteressenten** aus den weiter oben ausgeführten Gründen immer kleiner wird, lohnt es sich doch, diese ambitionierten Interessenten zu suchen. Dabei sollte zum einen die Aufmerksamkeit des Gründers auf das zum Verkauf stehende Unternehmen gelenkt werden und zum anderen eine Bindung an die **Verbundgruppe** angestrebt werden. Es empfiehlt sich hier als Verbundgruppe die Strategie von Franchisegebern zu adaptieren. In Franchisesystemen spricht man von „**schlüselfertiger Selbstständigkeit**“. Im Rahmen der beschriebenen Vorgehensweise kann die Verbundgruppe dem Existenzgründer den Weg zum eigenen Unternehmen noch weiter vereinfachen.



10. Motivation anderer Mitglieder zum Wachstum bzw. zum Unternehmenskauf

Viele kleinere Unternehmer haben noch nie ernsthaft über Wachstum durch Zukauf von weiteren Unternehmen nachgedacht. Die **Motivation der Mitglieder**, einen solchen Schritt in Erwägung zu ziehen, liegt im ureigensten Interesse jeder Verbundgruppe. Denn erfolgreich wachsende Mitglieder stärken auch die Kooperation. Wird dabei ein anderes Mitgliedsunternehmen gekauft, geht der Verbundgruppe kein Mitglied und Geschäft verloren. Die Motivation zum **externen Wachstum** wird vor allem durch das Aufzeigen der zahlreichen **Synergieeffekte** herbeigeführt.

Der Mangel an Existenzgründern wird den Konzentrationsprozess in zahlreichen Branchen weiter beschleunigen: Die wachstumsambitionierten Wettbewerber füllen die demographische Lücke.



Die Kombination aus Nachfolge-, Gründungs- und M&A-Beratung ergänzt sich zu einem ineinandergreifenden System

11. Wachstumsstrategieberatung für Mitglieder als Kaufinteressenten

Die Unterstützung des Mitglieds kann jedoch noch über die Motivation hinaus gehen: Das ambitionierte Unternehmen kann zum Beispiel bei der Erarbeitung einer **Wachstumsstrategie** unterstützt und beraten werden. Eine größere **Investition** sollte stets auf der Basis einer durchdachten Strategie durchgeführt werden. Das gilt insbesondere dann, wenn das Mitglied zuvor noch keine Unternehmenstransaktionen durchgeführt hat.

Wichtig ist auch, dass das kaufende Unternehmen wohlüberlegt handelt. Zum einen ist die erhebliche Doppelbelastung in der Transaktions- und Integrationsphase für den Unternehmer zu beachten. Zum anderen gehört zu schnelles Wachstum zu den häufigsten Krisenursachen mittelständischer Unternehmen.

12. Suche nach Übernahmekandidaten

Auch bei der Suche nach **Übernahmekandidaten** kann die Verbundgruppe wertvolle Hilfestellung leisten: Zum einen durch die **interne Vermittlung der Mitgliedsunternehmen**, die auf der Suche nach einem Nachfolger bzw. einem Käufer sind. Zum anderen stehen in Verbundgruppen oft eigene Akquisitionslisten zur Neumitgliedergewinnung zur Verfügung, die an die wachstumsambitionierten Mitglieder weitergegeben werden können.

13. Unterstützung bei Due Diligence

Wenn ein passender Übernahmekandidat gefunden worden ist, muss das zum Verkauf stehende Unternehmen **sorgfältig geprüft** werden. Dieser Vorgang wird von Fachleuten international als **Due Diligence** bezeichnet. Die Due Diligence ist die wesentliche Grundlage für die folgende **Kaufpreisfindung**. Hier kann die Verbundgruppe wiederum ihr branchenspezifisches Know-how nutzen und auf neuralgische Punkte hinweisen, auf die besonders geachtet werden muss. Zusätzlich können vorhandene Benchmarks genutzt werden.

14. Verhandlungsmoderation

Besonders, wenn **Verkaufsverhandlungen** zwischen zwei Mitgliedsunternehmen zu Stande kommen, kann die Verbundgruppe als **Moderator** einen wertvollen Beitrag leisten, um ein für beide Seiten erfolgreiches Verhandlungsergebnis zu erreichen. Nicht selten führen unachtsame Äußerungen, die missverstanden werden, zu einem vorzeitigen Ende der Verhandlungen. Ist nur eine der beiden Parteien Mitglied der Verbundgruppe, kann die Verbundgruppe die Moderatorenrolle verlassen und das Mitgliedsunternehmen unterstützen.

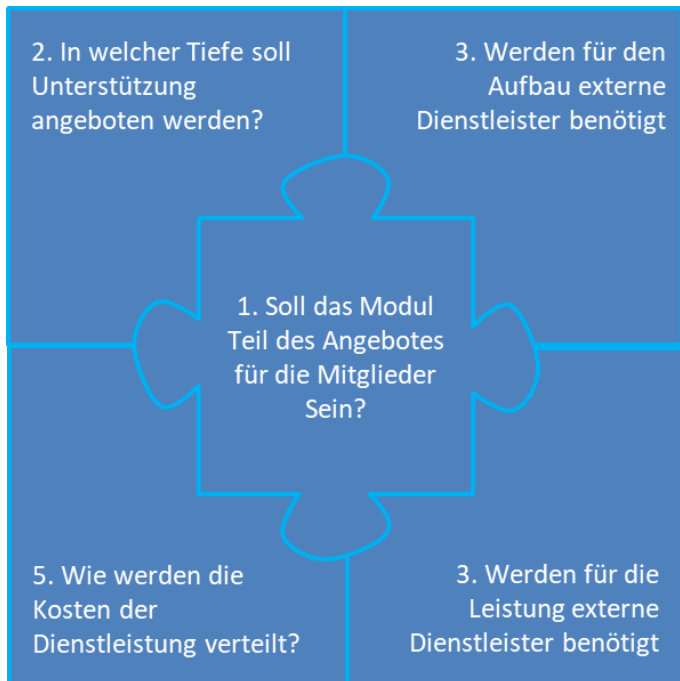


15. Post Merger Integration

Nicht zu unrecht gilt die **Integration** eines gekauften Unternehmens in die eigene Organisation als schwierigster Teil der gesamten Transaktion. Im Rahmen der sogenannten Post Merger Integration müssen die geplanten **Synergieeffekte** gehoben werden, damit aus **1 + 1 mehr als 2** wird. Wenn das kaufende und das gekaufte Unternehmen derselben Verbundgruppe angehören, gibt es sehr gute Voraussetzungen für eine gelungene Integration.

Modularer Aufbau

Hat sich die Verbundgruppe grundsätzlich dazu entschieden, ihre Mitglieder bei der Nachfolgeregelung zu unterstützen, kann der oben vorgestellte, modular aufgebaute 15-Punkte-Plan als Grundlage für die weitere Planung verwendet werden.



Über jeweils 5 Fragen zu jedem der 15 Module kann das Leistungsangebot bestimmt werden

In jedem einzelnen Modul kann separat mit Hilfe der fünf Fragestellungen über die Vorgehensweise entschieden werden. Empfehlenswert bei der Bestimmung des Leistungsangebotes kann auch eine Einbeziehung der Mitglieder sein.

Wenn das jeweilige Modul grundsätzlich angeboten werden soll, erfolgt die Entscheidung über die Intensität bzw. **Tiefe des Leistungsangebots**.

Die Tiefe der angebotenen Unterstützung für die Mitglieder durch die Verbundgruppe kann dabei von einem themenbezogenen **Info-Artikel** im Mitglieder-Newsletter, über ein ausführliches Info-Paket bis hin zur **individuellen persönlichen Beratung** des einzelnen Mitglieds reichen.

Ist die Entscheidung über die Leistungstiefe getroffen worden, kann festgelegt werden, ob bei der Einrichtung des Leistungsangebotes **externe Dienstleister** herangezogen werden sollen oder ob der **Aufbau in Eigenregie** erfolgt.

Dabei kann die Verbundgruppe das komplette Modul mit eigenen Kapazitäten entwickeln. Als Sonderthema können sich hier zum Beispiel jüngere Mitarbeiter bewähren und profilieren. Wenn gewollt kann die Unterstützung durch **externe Dienstleister** in einem sehr engen Rahmen erfolgen – z.B. nur als **Impulsgeber** oder **Leitfadenlieferant**.

Ein externer Dienstleister kann aber auch zur kompletten **Ausarbeitung des Konzepts** inklusive Implementierung herangezogen werden.

Trennung von Konzepterstellung und Leistungserbringung

Vielen Verbundgruppen ist es wichtig, selbst als Dienstleister gegenüber ihren Mitgliedern aufzutreten. In diesem Fall wird nur für die Erarbeitung eines Konzepts die Unterstützung eines erfahrenen externen Dienstleisters benötigt. Das „**Gesicht zum Mitglied**“ bleibt dann aber der vertraute Ansprechpartner der Verbundgruppe. Dieser greift dann auf **Checklisten** sowie andere, vom externen Dienstleister erstellte Instrumente und **Leitfäden** zurück, in deren Anwendung er zuvor vom externen Dienstleister geschult worden ist.

Wenn aber kein (geeignetes) Personal für die Leistungserbringung innerhalb der Gruppe vorhanden ist, kann die **Leistungserbringung outsourct** werden. Dies gilt auch dann, wenn die Verbundgruppe bei der Konzepterstellung maßgeblich mitgewirkt hat und für die Leistungsdurchführung somit einen **Qualitätsstandard** aufgestellt hat.

Erfolgt die Leistungserbringung durch einen externen Dienstleister, kann die Verbundgruppe mit dem Leistungsanbieter **Sonderkonditionen** für ihre Mitglieder oder eine **Vermittlungsprovision** vereinbaren.



Kostenaufteilung

Zum Schluss muss noch für das jeweilige Modul entschieden werden, **wer die Kosten für die erbrachten Service- und Beratungsleistungen tragen soll** – Zwischenlösungen, bei denen das Mitglied z.B. nur einen Teil der Kosten trägt sind selbstverständlich ebenfalls denkbar.

Erweiterung und Anpassung

Der modulare Aufbau erlaubt jederzeit die **Erweiterung und Anpassung** der Vorgehensweise. So können Module, die in der Startphase zunächst nicht angeboten werden, zu einem späteren Zeitpunkt einbezogen werden.

Auch innerhalb der Module können Anpassungen vorgenommen werden. Sollten zwischenzeitlich eigene Personalkapazitäten aufgebaut worden sein, kann die Leistungserbringung vom externen Dienstleister abgezogen werden.

Gleichzeitig kann die **Tiefe der angebotenen Leistungen den Mitgliederwünschen** angepasst sowie entsprechend reduziert oder erweitert werden.

Vorteile für die Verbundgruppe

Verbundgruppen, die das komplexe Thema der Nachfolgeberatung in ihr Leistungsportfolio integrieren, profitieren von zahlreichen Vorteilen.

Der Nutzen für Verbundgruppen:

1. **Kompetenzaufbau**
2. **Attraktivität der Mitgliedschaft steigt**
3. **Zusätzliche Einnahmen**
4. **Reduzierung Mitgliederschwund**
5. **Nachwuchsförderung**
6. **Stärkung der ambitionierten Mitglieder**

1. Kompetenzaufbau

Durch die Beschäftigung mit dem Thema Nachfolge baut die Verbundgruppe in jedem Fall **zusätzliche Kompetenz** auf, die von immer mehr Mitgliedern wegen des demographischen Wandels benötigt wird. Gerade die **Problemlösungskompetenz** in relevanten Themen stärkt die **Mitgliederbindung**.



Nutzendimensionen für Verbundgruppen

2. Attraktivität der Mitgliedschaft steigt

Die **Attraktivität** der Verbundgruppenmitgliedschaft wird dadurch deutlich gestärkt. Auch in den Augen der jüngeren Mitglieder wächst die **Mitgliederzufriedenheit**, da die Gewissheit vermittelt wird, dass die Verbundgruppe in allen Phasen der Unternehmensentwicklung mit Rat und Tat an ihrer Seite steht.

3. Zusätzliche Einnahmen

Die Verbundgruppe kann durch (anteilige) Berechnung der Nachfolgeberatungsleistungen oder über Vermittlungsprovisionen **zusätzliche Umsätze** bzw. Einnahmen generieren.

4. Reduzierung Mitgliederschwund

Ist die Verbundgruppe in der Nachfolgeberatung aktiv, kann die **Nachfolgeregelung** für Mitgliedsunternehmen und die Verbundgruppe positiv beeinflusst werden. So kann z.B. der existenzgründende Nachfolger in der Kooperation gehalten werden. Wird das Unternehmen von einem weiteren Mitglied gekauft, wird dieses und somit die Verbundgruppe gestärkt. Erfolgt der Kauf durch einen externen Wettbewerber, kann sogar ein **neues Mitglied hinzugewonnen** werden.

5. Nachwuchsförderung

Besonders durch die Gewinnung von **Existenzgründern** für die Nachfolge kann die Verbundgruppe ihre Vorteile ausspielen und den Jungunternehmern bei einem erfolgreichen **Start in die Selbstständigkeit** unterstützen. Bei Franchisesystemen spricht man häufig von „schlüsselfertiger Selbstständigkeit“. Schafft es die Verbundgruppe, dem Existenzgründer ein seit vielen Jahren erfolgreiches Mitgliedsunternehmen zu vermitteln und den anschließenden Start zu erleichtern, kann man - um im Bild zu bleiben – schon fast von „**schlüsselfertiger und betreuter Selbstständigkeit**“ sprechen.

6. Stärkung der ambitionierten Mitglieder

Jede **Verbundgruppe profitiert besonders von starken, ambitionierten und engagierten Mitgliedsunternehmen**. Wenn diese dabei unterstützt werden können, ihren Erfolg durch Zukauf eines weiteren Betriebes innerhalb einer Nachfolgeregelung zu multiplizieren, wird nicht nur das Mitglied sondern auch die Verbundgruppe gestärkt. Die in den Modulen „**Motivation anderer Mitglieder zum Wachstum bzw. zum Unternehmenskauf**“ (10) sowie „**Wachstumsstrategieberatung für Mitglieder als Kaufinteressenten**“ (11) skizzierten Verbundgruppenleistungen erlauben eine starke Profilierung bei den ambitionierten und größeren Mitgliedern. Nicht selten herrscht gerade hier häufig der Eindruck vor, weniger von der Kooperationsmitgliedschaft zu profitieren, als das bei der großen Gruppe der kleineren Mitglieder der Fall ist. **Mit der Stärkung der erfolgreichen Mitgliedsunternehmen gelingt somit gleichzeitig die Stärkung der Bindung an die Kooperation.**



Unser Ansatz

- Erarbeitung eines **maßgeschneiderten Konzepts für Ihre Verbundgruppe** unter Berücksichtigung der individuellen Potenziale, Ressourcen und Kapazitäten Ihrer Kooperation.
- **Win-Win-Ergebnis** für Mitglieder und Verbundgruppe durch Beratungsangebot für beide Seiten.
- **Modularer Konzeptaufbau** mit Flexibilität sowie Anpassungs- und Erweiterungsfähigkeit statt starrer Einheitskonzepte.
- Kombination von **Nachfolge- und M&A-Know-how** speziell für Verbundgruppen.
- Als Unternehmensberatung mit **Multi-spezialisierung** bieten wir einen frühen Beratungsansatz (**Konzept Fit für die Nachfolge**) als ausschließlich auf die Verkaufsabwicklung spezialisierte Berater.

Ihr Nutzen

- **Resilienz durch proaktives Angehen** der durch den demographischen Wandel ausgelösten Nachfolgeproblematik
- **Kompetenzzuwachs** in der Verbundgruppenorganisation
- Erhöhung der **Verbundgruppenattraktivität**
- Stärkung der **Mitgliederbindung**
- **Verbesserung der Problemlösungskompetenz**
- Vergrößertes Dienstleistungsangebot mit **zusätzlichen Einnahmemechanen**
- **Verhinderung von Mitgliederschwund**
- **Stärken** der erfolgreichen und ambitionierten Mitglieder

Fazit

Der **demographische Wandel** ist eine unausweichliche Tatsache. Zusätzlich zum Fachkräftemangel bewirkt er auch einen Unternehmer- bzw. **Nachfolgermangel**. Gerade die starken „Baby-Boomer-Jahrgänge“ der 1960er-Jahre haben besonders viele durchsetzungsstarke Unternehmer hervorgebracht, die sich nun alle dem Ruhestandsalter nähern. Die Jahrgänge, die sich im typischen Gründungsalter befinden, sind teilweise nur halb so stark. Hinzu kommen deutlich geringere Gründungsambitionen in den jüngeren Generationen.

Von dieser Entwicklung sind vor allem kleine und mittelständische Unternehmen betroffen, die sich gerne in **Verbundgruppen** zusammenschließen, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Die meisten Verbundgruppen sind dabei in „klassischen“ Branchen mit „traditionellen“ Geschäftsmodellen unterwegs, die weniger Anziehungskraft in den jüngeren Generationen ausüben als z.B. digitale Startups.

Der **Nachfolgermangel erzeugt Mitgliederschwund** bei den Verbundgruppen. Verbundgruppen sollten sich deshalb **dieser Entwicklung proaktiv stellen** und ihren Mitgliedern Beratungs- und Serviceleistungen zum Thema Nachfolge anbieten. Durch Branchen- sowie Markt-Know-how können gerade Kooperationen ein glaubhafter Ansprechpartner für dieses wichtige Thema sein.

Conlab unterstützt Sie gerne beim **Aufbau eigener Kompetenzen** und der Leistungserbringung für Ihre Mitglieder. Der flexible und modulare Aufbau unseres Konzepts ermöglicht es Ihnen zum einen, Kompetenz- sowie Kapazitätslücken zu schließen und zum anderen, die eigenen **Potenziale besser auszuschöpfen. Dabei bleiben Sie als Verbundgruppe das „Gesicht zum Mitglied“**.

Sie verhindern den drohenden Mitgliederschwund und erhöhen somit die Resilienz sowie Attraktivität Ihrer Verbundgruppe.

Lassen Sie uns in einem kostenlosen und unverbindlichen Erstgespräch klären, ob und wie unser modulares Konzept zu Ihrer Verbundgruppe passt und Sie davon profitieren können.

Impressum

conlab Management Consultants GmbH
conlab Unternehmerverein
Königsallee 61 · D - 40215 Düsseldorf
www.conlab.de

Ihre Ansprechpartner



Dipl.-Betriebswirt (FH)
Peter Ludewig
Senior Consultant
Tel. 0172 / 419 34 64
pludewig@conlab.de
www.conlab.de/personal-page-peter-ludewig



Dr. Rüdiger Stroh
Senior Consultant
Tel. 0173 / 1 58 63 27
rstroh@conlab.de
www.conlab.de/personal-page-ruediger-stroh

Unser Profil

- **Know-how von Praktikern für Praktiker**
Alle unsere Consultants sind Führungspersönlichkeiten mit über 20 Jahren operativer Management- und Beratungserfahrung.
- **Unternehmerverein für Verbundgruppen**
Als Zusammenschluss selbstständiger Unternehmensberater sind wir glaubhafte Verfechter der **Kooperationsidee**.
- **Conlab: Erfolg durch Erfahrung**

Peter Ludewig bringt über 30 Jahre Führungs- und Managementenerfahrung aus Handel und Industrie in verschiedenen Branchen mit. Zuletzt als Geschäftsführer einer Verbundgruppe mit 800 Mitgliedern. Als auf Nachfolge sowie M&A spezialisierter Unternehmensberater hat er eine erfolgreiche Nachfolgebörse für eine Handwerksbranche aufgebaut.

Dr. Rüdiger Stroh ist Experte für die profitable Aufstellung von Unternehmen mit Fokus auf operationale Excellence. Er bringt eine 30-jährige Erfahrung als Manager, Werkleiter und GF im industriellen Umfeld mit und hat in dieser Zeit auch viele Change-Management Projekte verantwortet. Seit 2 Jahren ist er als Unternehmensberater tätig.

Bildrechte: Adobe Stock