Vortrag „Unternehmens-Nachfolge für Unternehmen der Stahl- und Metallverarbeitung“
Wie ich mein Unternehmen für den Verkauf fit mache!

Mittwoch, 15.03.2023

conlab Management Consultants
Unternehmerverbund
Königsallee 61, 40215 Düsseldorf
www.conlab.de

Martin Dickmann
Dr. Rüdiger Stroh
Peter Ludewig

conlab

Vortragsübersicht

1	Vorstellung
2	Einleitung
3	Demographische Entwicklung – die statistische Faktenlage
4	Die aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen
5	Folgen und Herausforderungen für die Unternehmen
6	Wer kommt als „Übernehmer“ in Betracht?
7	Der conlab-Lösungsansatz

Vorstellung Referent:

Dipl.-Ök. Martin Dickmann

- Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Ruhr-Universität Bochum
- Seit 1992 rd. 30 Jahre Berufserfahrung in der Stahl- und Metallindustrie
- Seit 2001 Geschäftsführer dreier mittelständischer Unternehmen der Stahl- und Metall-Verarbeitung
- Seit Januar 2023: Geschäftsführer der **Claus Queck Stahlbau GmbH** Mittelständisches Unternehmen des klassischen Stahlbaus in Düren

Kontakt:
Email: mdickmann@conlab.de
Tel.: 0172 - 534 39 45

Die (weiteren) Teammitglieder:

Dr. Rüdiger Stroh

- Studium der Physik, Universitäten von Göttingen, Oxford und Cambridge
- Geschäftsführer / Werkleiter verschiedener KMU und Konzerne der verarbeitenden Industrie

rstroh@conlab.de
0173 – 158 63 27

Dipl.-Betriebsw. Peter Ludewig

- Studium Betriebswirtschaftslehre
- Groß- u. Außenhandelskaufmann (IHK)
- Geschäftsführer / Vertriebsleiter im Großhandel, im Maschinenbau und in der verarbeitenden Industrie

pludewig@conlab.de
0172 - 419 34 64

Vorstellungsrunde: conlab Management Consultants

- „Erfolg durch Erfahrung“: Know-how von Praktikern für Praktiker
- Die conlab-Consultants sind Führungspersönlichkeiten mit über 20 Jahren operativer Management- und Beratungserfahrung
- conlab …
  - … ist ein Verbund von ca. 35 freiberuflichen Unternehmensberatern aus D, A, NL
  - … ist eine Strategie-, Organisations- und Prozessberatung mit Schwerpunkt auf Industrie und Handel
  - … bietet Beratung, Konzeptentwicklung und Begleitung bei der Umsetzung bis hin zum Interims-Management
  - … steht für Professionalität, Authentizität, Integrität, Interdisziplinarität, Transparenz & Messbarkeit

www.conlab.de

Im Bereich der Unternehmensnachfolge haben wir uns u.a. ganz speziell auf die Unternehmen der Stahl- und Metallverarbeitung fokussiert: www.conlab.de/unternehmensnachfolge (spezieller Webauftritt, eigenes e-Book etc.)

Demographische Entwicklung – die statistische Faktenlage

(Quellen: IHK Nachfolgereport; Institut für Mittelstandsforschung (IFM); Nachfolge-Monitoring Mittelstand der KfW)

Die Unternehmensnachfolge ist neben der Digitalisierung und der Fachkräftesicherung die größte Herausforderung für den deutschen Mittelstand, der sich aus ca. 3,8 Mio klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU) zusammensetzt.

- 57% der Unternehmer im renten-/übergabefähigen Alter setzen sich mit dem Thema der Nachfolge auseinander; 39% streben eine Nachfolge an, 18% setzen sich mit der Stilllegung Ihres Unternehmens auseinander.

- 43% haben aktuell keine Überlegungen bezüglich einer Nachfolgeregelung, d. h. mit anderen Worten: über die Hälfte der Unternehmerinnen und Unternehmer im üblichen Rentenalter haben noch keine Person zur Nachfolge des eigenen Unternehmens gefunden.“

- 16% der Unternehmen (ca. 600.000 KMU) streben eine Nachfolgelösung in den nächsten ein bis fünf Jahren an.

- Die Unternehmer, die in den nächsten zwei Jahren eine Nachfolge anstreben, sind im Schnitt bereits 67 Jahre alt;

- Bei den über 70-jährigen haben 18% noch nicht mit dem Nachfolgeprozess begonnen.

- In den letzten 20 Jahren hat sich die Anzahl der Unternehmer > 55 Jahre verdoppelt!

STAHL und METALL NACHFOLGEBÖRSE

conlab

Demographische Entwicklung – die statistische Faktenlage

(Quellen: IHK Nachfolgereport; Institut für Mittelstandsforschung (IFM); Nachfolge-Monitoring Mittelstand der KfW)

Bis 2025 werden in Deutschland ca. 465.000 klein- und mittelständische Unternehmen ihre Geschäftstätigkeit einstellen, wenn der Eigentümer in Rente geht!

Fazit: Das Angebot für interessierte Nachfolger / Übernehmer ist vorhanden!

Demographische Entwicklung – die statistische Faktenlage

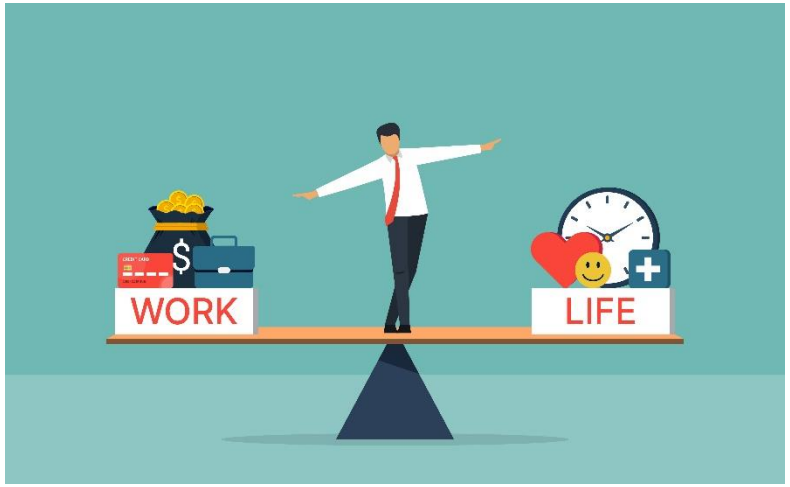
Dieses Angebot für potenzielle Nachfolger trifft jedoch auf folgende Entwicklungen:

- Es existiert in Deutschland **eine strukturelle Nachfragelücke**, da die nachfolgenden Generationen aufgrund niedriger Geburtenraten zahlenmäßig kleiner sind. Dieser Effekt wird sich noch verstärken, wenn sich die Babyboomer-Generation (Jahrgänge von 1955-1969) in den nächsten 5 bis 10 Jahren in den Ruhestand zurückziehen wird.

- Die meisten Erwerbstätigen **ziehen eine abhängige Beschäftigung der Selbständigkeit vor** (Gründe: Risikoaversion, Anstieg der Bürokratie etc.)

- Gesellschaftliche Entwicklungen (Stichwort: **„Work-Life-Balance“**) stehen dem klassischen Unternehmergedanken entgegen

- Die sogenannten „**Übernahmegründungen**“ lagen im Durchschnitt der letzten Jahre bei rd. 60.000 / Jahr – und damit lediglich bei der Hälfte der jährlichen geplanten / notwendigen Nachfolgelösungen in den nächsten 5 Jahren.



Fast jede dritte Unternehmensnachfolge in Deutschland scheitert!!

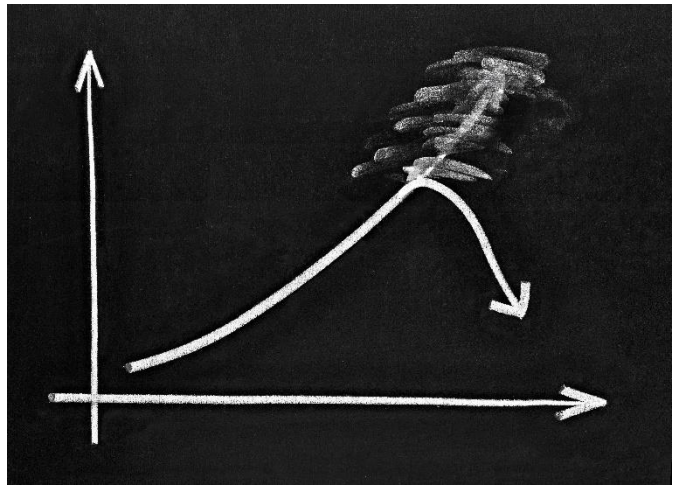
Die (aktuellen) wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Die aktuellen **globalen Verwerfungen** wie bspw.

- Lieferengpässe,
- Material- und Energiepreisexplosionen,
- Rezessionstendenzen und Inflation,
- Krieg in Europa etc. etc.

sind zusätzliche Hindernisse für die Unternehmensnachfolge. Sie führen dazu, dass sich die Märkte **zum Nachteil der Verkäufer** entwickeln und die Risikoaversion auf der Käuferseite zunimmt.

Häufig führen diese realwirtschaftlichen Effekte auch zu einer **Verschlechterung der wesentlichen wirtschaftlichen Kennziffern** (Unternehmensergebnis, EBIT, Liquidität etc.) und damit tendenziell zu einer Reduzierung des erzielbaren Verkaufspreises.



Die (aktuellen) wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Auch für **Unternehmen in Schwierigkeiten**, deren wirtschaftliche Kennziffern sich verschlechtert haben, ist ein Aussitzen der o.a. realwirtschaftlichen Krisen nicht zielführend.

Strategische und operative Analyse hinsichtlich Schwachstellen und Verbesserungspotenzialen

- aller Unternehmensbereiche,
- des Geschäftsmodells,
- des Business-Plans,
- der Finanzkennziffern (insb. Eigenkapital und Liquidität),
- der Markt- und Wettbewerbsposition sowie
- der Prozesse und Abläufe

Bei dieser Analyse sollte man sich des Schlagwortes „die Krise als Chance nutzen“ erinnern:

In **Krisenzeiten** …

… kann vermeintlich **Bewährtes** leichter infrage gestellt werden,

… sind **notwendige Veränderungen** leichter anzustoßen und

… fallen Ideen und **Innovationen** eher auf fruchtbaren Boden als in Wachstumsperioden.

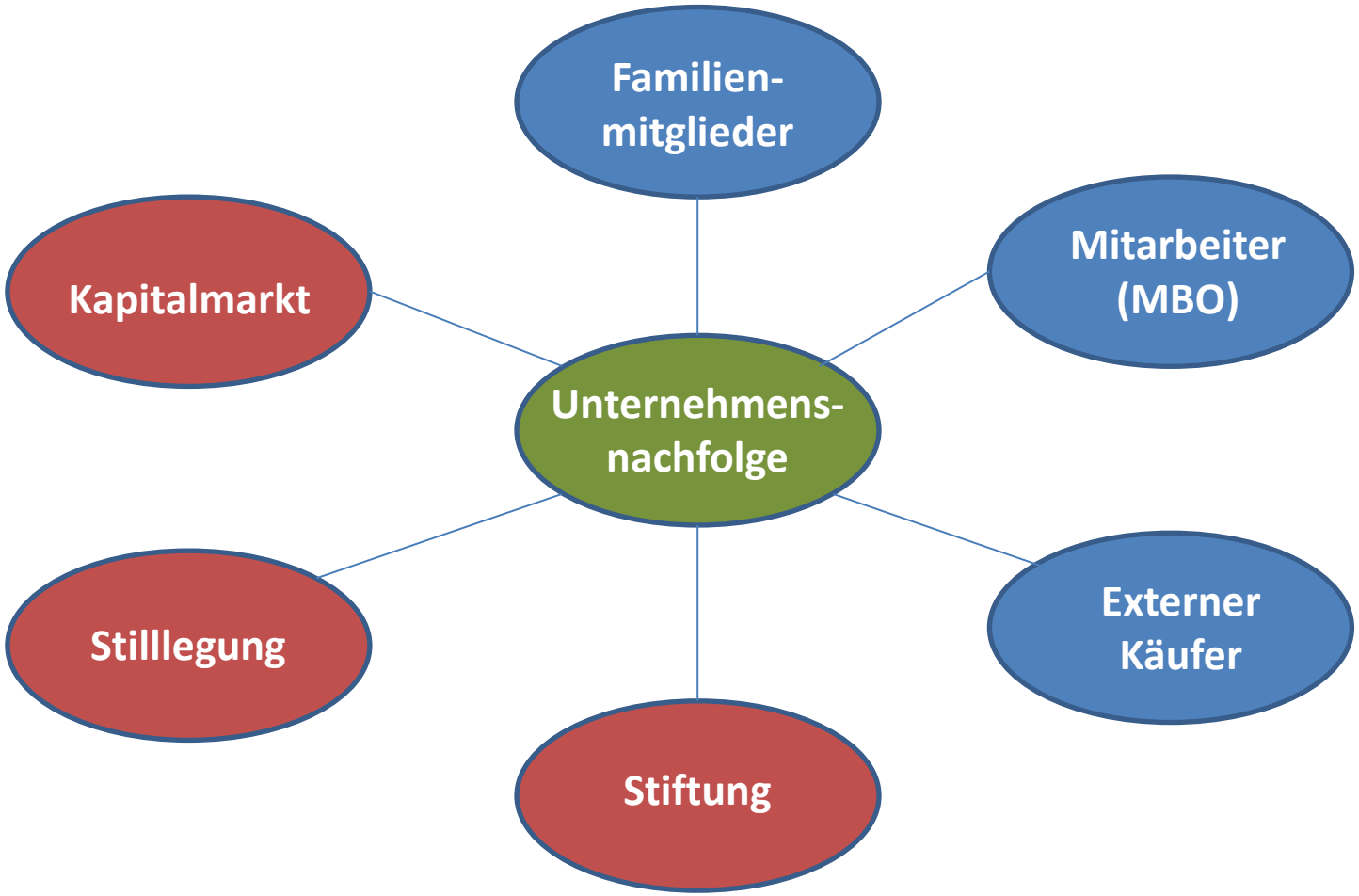
Folgen und Herausforderungen für die Unternehmen

Wie können Unternehmer diesen statistischen Fakten sowie den negativen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen begegnen, um dennoch zu einem geordneten und erfolgreichen Nachfolgeprozess zu gelangen?

- „Früher an später denken“, d. h. ausreichender Planungsvorlauf
- Auseinandersetzung mit der hohen emotionalen und psychologischen Komponente einer Nachfolgelösung
- Alternative Nachfolgevarianten untersuchen
- Wirtschaftliche und organisatorische Stabilität
- Realistische Verkaufsvorstellungen

Jede Unternehmensnachfolge ist einzigartig und muss komplett individuell beurteilt und gelöst werden!

Wer kommt als „Übernehmer“ in Betracht?



Wer kommt als „Übernehmer“ in Betracht?

1. Eigene Familienmitglieder

- Jedes Unternehmen und jede Familie ist einzigartig, d. h. was in dem einen Unternehmen erfolgreich war, muss in einem anderen Unternehmen noch lange nicht funktionieren

- Kommen mehrere potenzielle Nachfolger aus der Familie in Betracht?
  Dadurch kann es zu tatsächlichen oder empfundenen Ungerechtigkeiten kommen, nicht nur das „liebe Geld“, sondern auch verletzte Gefühle und Emotionen können den Familienfrieden zerstören.

Eine familieninterne Übergabe des Unternehmens hat Chancen, birgt aber auch Risiken!

Vgl. dazu die 10 Punkte-Checkliste in unserem kostenlos downloadbaren E-Book.

Wer kommt als „Übernehmer“ in Betracht?

2. Mitarbeiter / Management

Verkauf des Unternehmens an bereits angestellte Mitarbeiter, z. B. die Führungskräfte des Unternehmens

Vorteile:

- Keine großen Einarbeitungszeiten
- Unternehmen kann wie bisher weitergeführt werden
- Hohe Motivation, da die eigenen Arbeitsplätze betroffen sind
- Geringerer Beratungsaufwand
- „Leichtere“ Verkaufsverhandlungen

Nachteile:

- Ggf. gewisse „Betriebsblindheit“ bei den neuen Eigentümern
- Verkaufspreis häufig geringer als bei komplett externen Lösungen (fehlender Wettbewerb)
- Häufig schwierig zu finanzierende Lösung (ggf. mit Verkäuferdarlehen und Risikoübernahme durch den Altinhaber)

Wer kommt als „Übernehmer“ in Betracht?

3. Externe Nachfolgeregelung

Verkauf des Unternehmens an einen oder mehrere externe Käufer, z. B. Wettbewerber, Firmen aus vor- oder nachgelagerten Wertschöpfungsstufen, Existenzgründer, strategische Investoren, Beteiligungsgesellschaften

Vorteile:

- I.d.R. keine Finanzierungsschwierigkeiten
- Übernehmendes Unternehmen kann ggf. bestimmte Synergieeffekte realisieren
- Vermeidung von „Betriebsblindheit“, neue externe Impulse für das zu übernehmende Unternehmen
- Durch Wettbewerbsintensität i.d. R. höherer Verkaufspreis

Nachteile:

- Einarbeitung neuer Führungskräfte braucht Zeit
- Höherer Aufwand während des Transaktionsprozesses (externe Due Diligence etc.)
- Bei Übernahme durch einen Wettbewerber entstehen häufig große Unsicherheiten bei den vorhandenen Mitarbeitern

Unser Lösungsansatz - Workshop-Angebot „Fit für die Nachfolge“

- Ziel
  - Sensibilisierung der Unternehmer für die Aspekte, die für einen **Käufer** wichtig sein können …
  - Wie kann dementsprechend ein Unternehmen „**Fit für die Nachfolge**“ gemacht werden?
  - Aufzeigen von „**Stellschrauben**“, mit denen der Wert des Unternehmens gesteigert werden kann
  - Konkrete Anregungen zur **Selbsteinschätzung** zum eigenen Unternehmen
- Zielgruppe
  - Unternehmer, Geschäftsführer, Gesellschafter, die sich mit dem Thema Nachfolge beschäftigen
  - Unternehmen von 1 bis … Mitarbeiter, hier: Unternehmen der Stahl- und Metallverarbeitung, aber auf andere Branchen übertragbar
- Format
  - Präsenz oder online
  - Zentraler Inhalt ist ein **Impulsvortrag** über 10 Themenfelder, als **360°-Fitness-Check** zu verstehen
- Interaktive Elemente
  - Interaktivität durch mehrere Abfragen (Präsenz: Mentimeter, online: Teams) und Analyse/Feedback
  - Mehrmals Zeit für Diskussionen, Fragen können zwischendurch gestellt werden
- Dauer
  - 2 Stunden als Webinar, im Präsenz-Format auch 4 Stunden möglich mit Breakout-Sessions und Gruppenarbeit
- Anzahl der Teilnehmer
  - Präsenz: bis zu 25, Online: keine Begrenzung

Unser Lösungsansatz - Workshop-Angebot „Fit für die Nachfolge“

Wir empfehlen den Unternehmen, sich **nicht nur bei der Begleitung des eigentlichen Transaktions-/ Nachfolgeprozesses** professionell und kompetent beraten zu lassen, sondern wir präferieren es, quasi bereits eine **Stufe vorher** einzusteigen: wir unterstützen Sie dabei, Ihr Unternehmen „fit“ für den Nachfolge-/Verkaufsprozess zu machen! Dadurch werden zum einen die Chance für eine erfolgreiche Nachfolge erhöht und zum anderen vorhandene Wertsteigerungspotenziale kurzfristig genutzt!

Für unseren Lösungsansatz ist es unabdingbar, dass unsere Experten über **umfangreiche Praxiserfahrungen** in der Stahl- und Metallverarbeitung verfügen. So können wir gewährleisten, dass wir Ihr Geschäftsmodell, die Lieferketten, die Kunden- und Wettbewerbsstrukturen sowie die Produktionsprozesse verstehen und Verbesserungspotenziale definieren können.

Den Kern unseres „Fitness-Programms“ stellt eine strukturierte Analyse von 10 relevanten „Problemzonen“ mit einem von uns entwickelten **360°-Fitness-Check** dar. Dabei werden konkret folgende Themen und Bereiche des Unternehmens analysiert:

Übersicht Themen unsres Impuls-Vortrags

1. Profitabilität, Optimierung des Unternehmens-/Ertragswertes
2. Strategische Ausrichtung und Fokussierung
3. Angebot von Produkten und Dienstleistungen
4. Vertrieb und Marketing
5. Produktion und Lieferketten
6. Qualitätsmanagement
7. Digitalisierung
8. Personal
9. Geschäftsprozesse
10. Außendarstellung

1. Profitabilität / Optimierung des Unternehmens-/ Ertragswertes

- Die Optimierung des Unternehmenswerts ist entscheidend für den späteren Verkaufspreis des Unternehmens!
- **Achtung:** es wird nicht das unternehmerische Lebenswerk bewertet, sondern die Erträge, die das Unternehmen **in der Zukunft** erwirtschaften kann.
- Wenn der spätere Verkaufserlös des Unternehmens für die Altersvorsorge genutzt werden soll: um so wichtiger ist es, die Planung der Nachfolge frühzeitig anzugehen
- Übergabefähigkeit des Unternehmens: die Ertragserwartung ist um so besser, je eher die Planung der Nachfolge begonnen wird (Vermeidung von Unsicherheiten z. B. bei Kunden, Mitarbeitern oder auch finanzierenden Banken)

- Ein Kennzahlensystem ist **unerlässlich** → dieses muss möglichst aussagefähig, einfach und transparent sein
- **Sinnvoll:** Unternehmensplanung in der Struktur der monatlichen BWA aufbauen
- **Achtung:** Berücksichtigung von (kalkulatorischen) Mieten und (kalkulatorischen) GF-Gehältern sowohl in der Planung als auch in der BWA
- **Bislang** steueroptimierte Jahresabschlüsse können im Rahmen einer Nachfolgeplanung nachteilig für den erzielbaren Verkaufspreis sein.

  Besser: Möglichkeiten der Bilanzpolitik im Rahmen der gesetzlich zulässigen Methoden zur Optimierung des Ertragswertes nutzen

1. Profitabilität / Optimierung des Unternehmens-/ Ertragswertes

Nachfolgendes Beispiel soll Ihnen die wesentliche Bedeutung der **zukünftigen Gewinne** auf den **Ertragswert Ihres Unternehmens** und damit auf Ihren potenziellen **Verkaufspreis** verdeutlichen:

Umsatz: ca. 2 Mio €
Umsatzrendite: ca. 2,5 – 3,0%
t 1 = Planungszeitraum 1 u.s.w.
i = Basiszinssatz
z = Risikozuschlag
i + z = Kapitalisierungszinssatz

Verbesserungsszenario: Ergebnissteigerung um 10-20 T€ / Jahr, d. h. hier: Erhöhung der Umsatzrendite um 1% pro Jahr

Planungsrechnung ohne spezielle „Optimierungsmaßnahmen“

	t 1	t 2	t 3	t 4 ff.
Jahresüberschuss in T€	50	60	50	55
Umsatzrendite ca. in %	2,5%	3,0%	2,5%	2,8%
Kapitalisierungszinssatz (i+z)	10%	10%	10%	10%
Restwert (ewige Rente) in T€				550
Abzinsungsfaktor	1,10	1,21	1,331	
abgezinste Barwerte in T€	45	50	38	413
Ertragswert in T€	**546**			

Planungsrechnung nach Berücksichtigung von „Optimierungsmaßnahmen“

	t 1	t 2	t 3	t 4 ff.
Jahresüberschuss in T€	60	80	100	120
Umsatzrendite ca. in %	3,0%	4,0%	5,0%	6,0%
Kapitalisierungszinssatz (i+z)	10%	10%	10%	10%
Restwert (ewige Rente) in T€				1.200
Abzinsungsfaktor	1,10	1,21	1,331	
abgezinste Barwerte in T€	55	66	75	902
Ertragswert in T€	**1.097**			

2. Strategische Ausrichtung und Fokussierung des Unternehmens

Wir sprechen hier Aspekte an, die im operativen Tagesgeschäft häufig untergehen, für einen potenziellen Käufer aber enorm wichtig sind!

- Unternehmensleitbild - Unternehmensphilosophie / Mission – Vision
- Erstellung und Dokumentierung des **Unternehmensziels** und der **Unternehmensstrategie**
  - Festlegung eines klaren Produkt- und Dienstleistungsportfolios
  - Was ist / sind die Kernkompetenzen des Unternehmens? → Alleinstellungsmerkmale (**USP)** herausarbeiten, um sich von den Wettbewerbern zu differenzieren
  - Wie hoch ist die Wertschöpfungstiefe meines Unternehmens?
  - **Definieren:** Welche Märkte beliefere ich mit meinen Produkten / Dienstleistungen? Was sind die Erfolgsfaktoren in diesen Märkten / in der Branche?
- Interne Kommunikation an die Mitarbeiter
- Messung der Unternehmensziele → **Kennzahlen** (vgl. Folie zuvor)

- **Wettbewerbsanalyse (Benchmark-Vergleiche)**
  - Wer sind ihre wichtigsten Wettbewerber?
  - Kennen sie die Umsätze und Marktanteile ihrer Konkurrenz?
  - Welche Wettbewerber haben ihnen gegenüber welche Vorteile?

3. Angebot von Produkten und Dienstleistungen

- Transparente und nachvollziehbare **Vorkalkulation** zur Preisfindung
- Aussagekräftige **Nachkalkulation** (Materialeinsatz, geleistete Stunden der Mitarbeiter)
- Wo stehen meine Produkte / Dienstleistungen in Ihrem **Produktlebenszyklus** (PLZ)?
- Ermittlung ihrer ertragreichsten / erfolgreichsten Produkte / Produktgruppen nach Umsatz und DB
- Ermittlung ihrer ertragsschwächsten / am wenigsten erfolgreichen Produkte / Produktgruppen nach Umsatz und DB

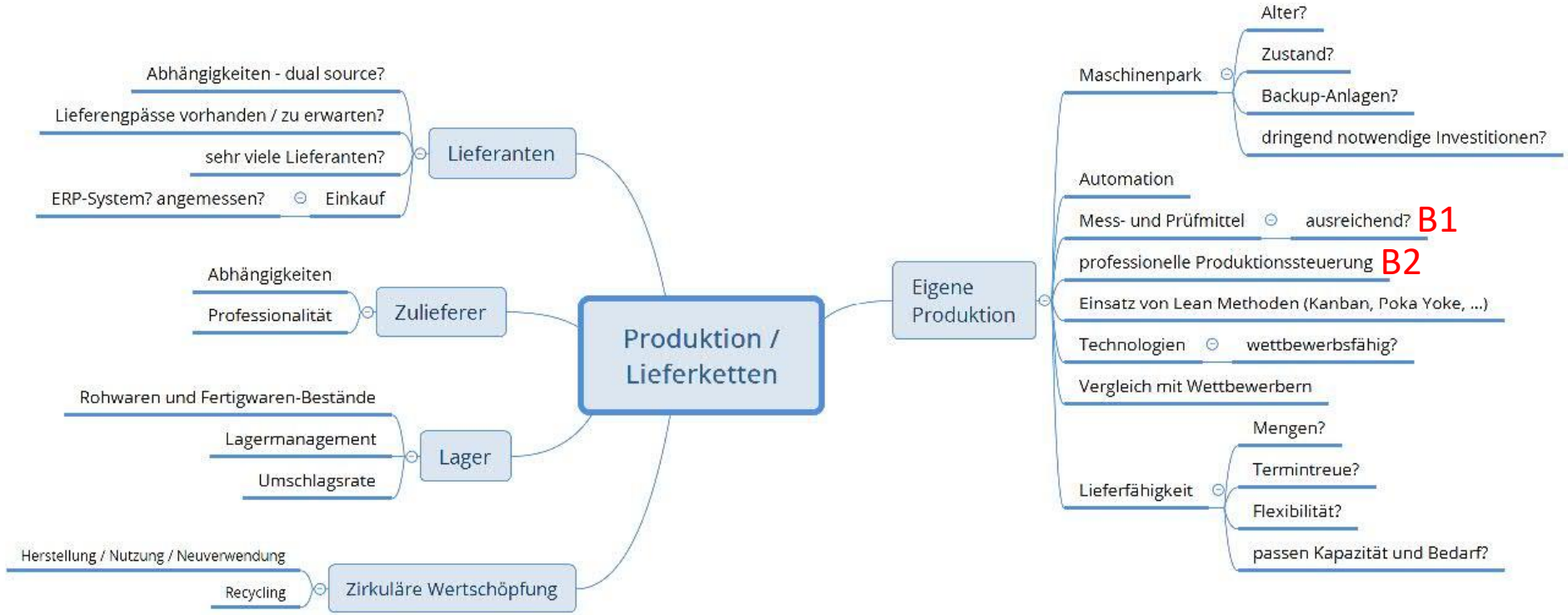
- Wie können die gewonnen Erkenntnisse ggfs. auf neue Produkte / Dienstleistungen übertragen werden?
- Ermittlung von Wachstumsmöglichkeiten durch Neuprodukt- oder Weiterentwicklungen bzw. ergänzende oder neue Dienstleistungen (evtl. sogar in Richtung von Smart Products).
- Frage: können durch gezieltes Wachstum sogenannte Skaleneffekte erzielt werden? → **Hinweis:** im Wachstum befindliche Unt. haben i.d.R. einen höheren Ertragswert als schrumpfende Betriebe

4. Vertrieb und Marketing

- Vertriebscontrolling
  - **ABC-Analyse** der Kunden, Marktanteilsanalyse
  - Kundenabhängigkeit
  - Kundenbefragung (Was wünschen / kritisieren die Kunden? Wofür wird Ihr Unternehmen gelobt?)
  - Erstellung eines Vertriebshandbuchs
  - Digitale und automatisierte Unterstützung der Vertriebsaktivitäten (z. B. professionelles CRM-Tool…)
- Betreuung der **A-Kunden** (nur Inhaber?) / Umgang mit A-Kunden
- Betreuung der B- und C-Kunden
- **Neukundenakquise** / Kundenfluktuation und Kundenrückgewinnung
- Angebotsanalyse / -auswertung (Anzahl der Angebote, Erfolgsquote…)

- Professioneller Online-Auftritt / Websitegestaltung
- Professioneller Social-Media-Auftritt (LinkedIn, XING, Facebook, YouTube etc.)

5. Produktion und Lieferketten



6. Qualitätsmanagement

Management-System

- Prozessbeschreibungen (s.u.)
- Arbeitssicherheit
- Management-Fokus? B1
- Kontinuierliche Verbesserung?
- Umweltstandards (Reach, ROHS)
- Richtlinien/Vorschriften (DSGVO, Lieferkettengesetz)
- Compliance/Hinweisgebersystem

Produktqualität

- Kundenreklamationen
  - Häufigkeit
  - Kosten
  - Was würden Kunden am liebsten geändert haben?
- Nacharbeit: selten/oft? B2
- Prozess-/Maschinenüberwachung
- Mess-/Prüfmittel
  - Ausstattung
  - Zustand
  - Know-how

Hinterfragen, wo Aufwand lohnt:

- was ist in Ihrem Business notwendig?
- was bringt Wettbewerbsvorteile?
- was fordern / wünschen die Kunden?
- was machen Wettbewerber?

7. Digitalisierung

Rechnungs-Versand/-Erhalt elektronisch?

ERP-System vorhanden?
Welches? Wie umfassend?

Nutzung Workflows? B1

Personaldaten?
- Elektronische Personalakte
- Bewerbermanagement

Elektronische Daten?
- Dokumenten-Management-System (DMS) B2
- Stammdatenpflege

IT Hardware-Ausstattung?

Backups

IT Support?
- intern/extern
- Qualifikation

IT Sicherheitsstandards?

Software für Produktentwicklung?

Software für Auftrags-/Produktionsplanung?

Lagerhaltung über Barcodes?

Maschinendatenerfassung (MDE)?

Backups von Maschinenprogrammen?

Manufacturing-Execution-System (MES)?

Hinterfragen, wo Aufwand lohnt:
- was ist in Ihrem Business notwendig?
- was bringt Wettbewerbsvorteile?
- was fordern / wünschen die Kunden?
- was machen Wettbewerber?

8. Personal

Unternehmen vom Unternehmer unabhängig machen

1. Notfallkoffer

- sichert Fortbestand des Unternehmens bei ungeplanten Ausfall des Unternehmers
- erste Fingerübung für Nachfolgeregelung
- Inhalt Notfallkoffer: Stellvertreterbenennung („Wer übernimmt welche Aufgaben?“), Vollmachten, Ansprechpartnerliste, Verträge, Dokumente, Passwörter, Schlüssel, PINs, Zugangssticks etc.

2. Qualifikationsmatrix

- zeigt Abhängigkeiten von einzelnen Mitarbeitern
- zeigt Lücken und Stärken (→ Kernkompetenzen, USPs)
- Qualifikationsmatrix → Basis für Aufbau Nachfolger, „Zweite Reihe“, oder „Fremdgeschäftsführer
- „Können“ (z.B. interne Schulungen), „Wollen“ (z.B. Partizipation), „Dürfen“ (z.B. erweiterte Eigenverantwortung)
- Tipp: Übertragung von Sonderprojekten

3. Arbeitgeber-Attraktivität

- Erhöhung der Arbeitgeber Attraktivität → Unternehmen wird interessanter für potenzielle Nachfolger und neue Mitarbeiter
- Vorteile Mittelstand nutzen: breitere u. abwechslungsreichere Aufgabengebiete; direkter Kontakt zwischen Unternehmensleitung und Mitarbeiter
- Eingehen auf Anforderungen jüngeren Generationen: Stichworte Familienfreundlichkeit und „Work-Life-Balance“
- Tipp: Nutzen Sie Ihre Website und soziale Medien zur Personalgewinnung

conlab

9. Prozesse

Standardisieren, strukturieren, optimieren, dokumentieren

Kennen Sie das auch?

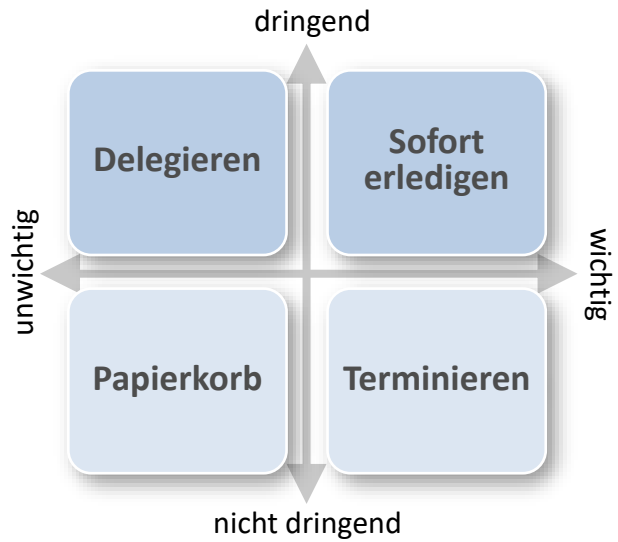
- Alles hängt an Ihnen
- Ohne Sie läuft nichts
- Keiner weiß Bescheid
- Jeder macht , was er will
- Niemand weiß wie es geht

1. Machen Sie aus Ihrem Unternehmen ein System, welches ohne Sie funktioniert!

- ermöglicht mehr unternehmerische Freiheit → und zwar sofort
- erleichtert spätere Nachfolgersuche → Inhaberabhängigkeit widerlegt
- Prozess-Optimierung → Effizienzsteigerungen
- Einbeziehung Mitarbeiter → erhöht Mitarbeiterzufriedenheit u. stärkt die Teambildung
- Prozessdokumentation: Grundlage für Digitalisierung, Automatisierung und Outsourcing
- Tipp: Vorabsendung Prozessdokumentation vor Dienstantritt neuer Mitarbeiter → Verkürzung Einarbeitszeit

2. Arbeiten Sie als Unternehmer am System und nicht im System!

- Prioritäten setzen → nur wichtige UND dringende Aufgaben sofort erledigen
- Tipp: Nutzen Sie die sogenannte Eisenhower-Methode
- Überprüfen Sie ob Ihre Aufgaben wirklich Unternehmeraufgaben sind
- Tipp: Nutzen Sie diese einfache Matrix zur Einteilung Ihrer Aufgaben



conlab

10. Außendarstellung

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance

1. Sauberkeit und einheitlicher Auftritt

- Erster optischer Eindruck ist wichtig → auch bei professionellen Unternehmenskäufern
- Beispiel Fahrzeugaufbereitung: 10 – 20% Wertsteigerung bei Kfz-Gutachten
- sauberes und einheitliches Erscheinungsbild erhöht Attraktivität des Unternehmens für potenzielle Nachfolger, für (neue) Kunden und (neue) Mitarbeiter
- *Tipp: einheitliche, funktionale und schicke Teamkleidung → erhöht Mitarbeiterzufriedenheit, Teamzugehörigkeit, Identifikation mit Unternehmen*

2. Ordnung und Übersicht

- Ist alles an seinem Platz? Findet jeder was er braucht? Gilt dies auch wenn jemand im Urlaub ist? Wie lange brauchen neue Mitarbeiter um sich zurechtzufinden?
- Tipp: Eine standardisierte Arbeitsplatzeinrichtung verkürzt sowohl die Such- als auch die Einarbeitungszeiten in Ihrem Unternehmen erheblich
- Gleichzeitig reduzieren Sie das Frust- sowie Konfliktpotenzial und
- außerdem können Sie Ihre Arbeitsplätze flexibler sowie effizienter nutzen!

3. Öffentlichkeitsarbeit und Image

- guter Ruf erleichtert Suche nach einem Nachfolger bzw. Unternehmenskäufer
- Motto Öffentlichkeitsarbeit: Tue Gutes und rede darüber!
- Nicht nur spektakuläre Ereignisse zählen: z.B. neuer Azubi, neue Mitarbeiter, neue Maschine, ein Girls Day, kleine Spende
- Tipp: Expertenruf verschaffen „XY GmbH – die führenden Experten für … (in der Region …)!“

conlab

Und wie so häufig, kommt das Beste ganz zum Schluss…

Fördermöglichkeiten

Das Land NRW bietet Förder-Programme an, die sich sehr gut mit unserem „Fitness-Programm“ kombinieren lassen:

1. **Potentialberatung** in mind. einem der Themenfelder Arbeitsorganisation, Digitalisierung, Personalentwicklung, Demografischer Wandel oder Gesundheit
   - **maximaler Förderbetrag 3.200,- €**

2. **Transformationsberatung** in Richtung einer klima- und umweltfreundlichen Produktion zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen (Herstellung umwelt- und ressourcenschonender Produkte und Dienstleistungen)
   - **maximaler Förderbetrag 4.800,- €**

Beide Förderprogramme können zeitlich nacheinander erfolgen, so dass ein maximaler Förderbetrag von 8.000,- € von interessierten Unternehmen genutzt werden kann.

Feedback, Fragen

Wie geht es weiter?

- Beschäftigen Sie sich weiter mit dem Thema: Liste mit **Optionen**, Liste mit **Vorbereitungs-Maßnahmen**

- Wie erkenne ich die für mein Unternehmen **notwendigen Handlungsfelder**?
  - ⇨ Realistische Selbsteinschätzung, selbstkritisch sein
  - ⇨ Zeitplan entwickeln und aufschreiben
  - ⇨ Austausch mit Personen des Vertrauens: Anregungen, Feedback
  - ⇨ Kompetenz und Erfahrung des Metallhandwerks nutzen
  - ⇨ Externe Berater: unabhängige Sicht, Know-how, Zeit sparen, nicht selber zum Engpass werden!
  - ⇨ E-Book www.conlab.de/unternehmensnachfolge
  - ⇨ Präsentation wird von uns gerne an die Teilnehmer weitergeleitet

- **Ausführlicherer Fragebogen / Selbst-Check über folgende E-Mail-Adresse anfordern:** mdickmann@conlab.de
  - ⇨ kostenlose Chancenanalyse, wenn gewünscht
  - ⇨ kostenlose „Expressbewertung“ (Multiplikatorbewertung)

Das conlab-Nachfolgeteam

Dipl.-Ök. Martin Dickmann
- Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Ruhr-Universität Bochum
- Geschäftsführer dreier mittelständischen Unternehmen der Stahl- und Metallverarbeitung

mdickmann@conlab.de
0172 - 534 39 45

Dr. Rüdiger Stroh
- Studium der Physik, Universitäten von Göttingen, Oxford und Cambridge
- Geschäftsführer / Werkleiter verschiedener KMU und Konzerne der verarbeitenden Industrie

rstroh@conlab.de
0173 – 158 63 27

Dipl.-Betriebsw. Peter Ludewig
- Studium Betriebswirtschaftslehre
- Groß- u. Außenhandelskaufmann (IHK)
- Geschäftsführer / Vertriebsleiter im Großhandel, im Maschinenbau und in der verarbeitenden Industrie

pludewig@conlab.de
0172 - 419 34 64

conlab GmbH
Management Consultants

Königsallee 61
40215 Düsseldorf

0211 – 88 242 321
info@conlab.de
www.conlab.de