

## Abstract

### Eine Unternehmer-Community zum Thema Nachfolgeregelung – Eine Chance?

**Kurzzusammenfassung:** Die KMU-Landschaft Schweiz ist im Wandel. In den nächsten fünf Jahren steht für über 80'000 KMU eine Nachfolgeregelung an. Dabei ist rund ein Viertel aller Unternehmen und rund ein Drittel der Arbeitsplätze des Wirtschaftsstandortes Schweiz betroffen. Eine Community, die Unternehmer und potenzielle Nachfolger einander nicht nur fachlich näherbringt, könnte Abhilfe schaffen. Da eine Nachfolgeregelung nicht nur fachlich sondern vor allem interpersonell hoch komplex ist, ist ein tieferes Verständnis des Unternehmers und seiner Persönlichkeit nötig. Weiter ist das Wesen einer Community zu ergründen, um die Möglichkeiten in der Nachfolgeregelung aufzuzeigen.

**Autor(en):** Elias Huber

**Herausgeber/-in:** Prof. Peter Müller

**Publikationsformat:**  BATH  
 MATH  
 Semesterarbeit  
 Forschungsbericht  
 Anderes

**Veröffentlichung (Jahr):** 2010

**Sprache:** Deutsch

**Zitation:** Huber, E. (2010). *Eine Unternehmer-Community zum Thema Nachfolgeregelung – Eine Chance?*. FHS St.Gallen – Fachhochschule St.Gallen: Bachelor Thesis.

**Schlagwörter (Tags):** KMU, Recht, Entrepreneurship

### **Ausgangslage**

Die Auftraggeberin betreibt Communities zu verschiedenen Themen, dabei werden Anbieter und Nachfrager auf höchstem Entscheider-Level zusammengeführt. Vertrauensvolle Beziehungen und die Vernetzung verschiedener Teilnehmer sollen eine prosperierende Entwicklung und die Innovationskraft in der entsprechenden Branchen und bei den beteiligten Unternehmen fördern. Zwecks einer Differenzierung der Unternehmung wird den Aufbau einer „Nachfolge-Community“ geprüft. In der Community sollen Unternehmer, die Ihren Betrieb einem Nachfolger übergeben wollen mit fähigen Führungskräften, die eine Unternehmung suchen, zusammengebracht werden.

Im Rahmen einer Bachelor Thesis an der FHS St. Gallen sollten die Perspektiven und Erfolgsaussichten einer solchen Community geklärt werden.

### **Ziel**

Die Arbeit sollte eine Markteinschätzung des „Nachfolgemarktes“ in der Schweiz liefern. Dabei sollten auch die Bedürfnisse der Käufer und Verkäufer von Unternehmen erfasst werden. Weiter ist von Interesse, inwiefern die Käufer und Verkäufer für die Idee einer Community empfänglich sind.

Abschliessend sollte eine Einschätzung der Marktchancen einer Nachfolgecommunity vorgenommen und begründet werden.

### **Vorgehen**

Der Verfasser klärte in einem theoretischen Teil folgende Themen:

- Das Firmenmodell der Auftraggeberin
- Die Nachfolgeregelung in Unternehmen
- Communities im Allgemeinen, sowie das Community Building im Besonderen.

Dabei wurde mittels Fachliteratur die Hauptaspekte der Themen geordnet und bewertet. Drei Interviews mit Unternehmern und fünf Experteninterviews dienten dazu ein aktuelles Bild der oben angeführten Themen im geographischen Raum der deutschen Schweiz zu erhalten. Gleichzeitig wurde so die Wertung, die auf Grund des theoretischen Teils vorgenommen wurde, überprüft.

Der zentrale Teil der Arbeit ist eine Analyse, die von drei verschiedenen Aspekten ausging: Der Verfasser untersuchte, ob es einen Markt für eine Nachfolgecommunity in der Schweiz gibt. Er versuchte eine quantitative Schätzung des Marktpotenzials vorzunehmen und klärte

einige qualitative Aspekte des Marktes. Er nahm eine Einschätzung der Mitbewerber am Markt vor und bewertete deren Leistung.

Ausgehend von der Thematik der Unternehmensnachfolge versuchte der Verfasser zu eruieren welche einzelnen Themen eine wichtige Rolle spielen, von den heute aktiven Marktteilnehmern allenfalls zu wenig bearbeitet werden und somit eine Community einen allfällig ungedeckten Bedarf aufgreifen und bearbeiten könnte.

Auf Grund von Erfolgsfaktoren von Communitys, die aus dem theoretischen Teil entnommen wurden klärte der Verfasser ab, ob diese Erfolgsfaktoren mit der Thematik der Unternehmensnachfolge bedient werden können. Damit sollte gezeigt werden, ob es möglich ist, eine nachhaltige Community aufzubauen.

Bei allen drei Aspekten wurde einerseits ein Bezug zum theoretischen Teil geschaffen, andererseits die Aussagen der Interviews herangezogen, wenn es darum ging die Aspekte wertend zu betrachten.

### **Erkenntnisse**

Der Verfasser stellte fest, dass der Aufbau einer Nachfolgecommunity mit sehr grossen Risiken behaftet ist. Er ist überzeugt, dass die Form der Community nicht geeignet ist das Thema Unternehmensnachfolge zu bearbeiten und empfiehlt daher der Auftraggeberin auf den Aufbau einer derartigen Community zu verzichten.

**Der Markt** für Unternehmensnachfolgen, der mit einer Community abgedeckt werden könnte ist klein und aktive Teilnehmer darin bereits leistungsfähige und vertrauensvolle Netze aufgebaut haben. Diese Unternehmen sind die erste Anlaufstelle im Markt; an ihnen kommt kein Unternehmer, Käufer oder Verkäufer vorbei.

Der grösste Teil der Unternehmensnachfolgeregelungen folgt Gesetzen, die die Akteure nicht in eine Community eintreten lassen sondern auf einem anderen Weg zu einer Nachfolge kommen. Dies vor allem auf Grund der Branchenkenntnis und dem Netzwerk das jeder Unternehmer hat.

Die **Themen der Nachfolgeregelung** sind durch die Anbieter im Markt sehr gut bearbeitet. Dies vor allem auch darum weil diese Anbieter oft ein Teil des Netzwerks der Unternehmer sind und somit deren Vertrauen des Unternehmers geniessen. Als nicht genügend bearbeitet vermutet der Verfasser psycho-soziale Prozesse der einzelnen Unternehmer, Verkäufer und Käufer. Gerade diese lassen sich aber nicht in einer Nachfolgecommunity bearbeiten. Die

Unternehmer werden in ihrem persönlichen Umfeld oder allenfalls durch von Ihnen ausgesuchte Fachpersonen die nötige Unterstützung finden. Als starke Persönlichkeiten gehen sie diese Prozesse oft aber völlig selbstständig an.

Interessant ist, dass zum **Community Building**, wie dies die Auftraggeberin betreibt, keine Fachliteratur aufzufinden war. Daher wurde Fachliteratur beigezogen, die Internet-Communities untersucht. Dies schien auch darum erlaubt, weil die Interviews eine mit der genannten Fachliteratur übereinstimmende Einschätzung teilten. Es konnte gezeigt werden, dass eine Nachfolgecommunity langfristig nicht nachhaltig am Leben gehalten werden kann. Dies liegt vor allem daran, dass die erfolgreichen Teilnehmer schnell aussteigen, weil ihr Bedarf gedeckt ist. Die verbleibenden Teilnehmer sind die erfolglosen Unternehmer und Fachexperten, die eine Dienstleistung anbieten. Diese Teilnehmer sind nicht geeignet um eine Community in hoher Qualität zu entwickeln.

Als Nebenaspekt der Arbeit erkannte der Verfasser eine grosse Übereinstimmung der Fachliteratur mit der Wertung durch die interviewten Unternehmer und Fachpersonen. Besonders interessant ist die offensichtliche Tatsache, dass eine geglückte Nachfolge in erster Linie von der Qualität des Unternehmens und von der Vision der Führung eines Unternehmers, sowie der davon abhängigen gestaltenden Kraft abhängt.

### **Literaturquellen**

- Credit Suisse AG [CS]. (2009). *Erfolgreiche Unternehmensnachfolge. Studie mit KMU-Unternehmern zu emotionalen und finanziellen Aspekten*. Zürich: Credit Suisse AG
- Halter, F. A. (2009). *Familienunternehmen im Nachfolgeprozess. Die Emotionen des Unternehmers*. Lohmar: Eul.
- Kim, J. K. (2000). *Community Building on the Web*. Berkeley: Peachpit Press.