

09. Juli 2019 | München



18. BAYERISCHER MITTELSTANDSTAG



Christian Greiner (li.) und Mark Goerke tauschten sich im Eröffnungsplenum auch zum Thema Customer Journey aus: »Ich versuche immer, die Kundenbrille aufzusetzen«, so Greiner. Das Gespräch moderierte die freie Wirtschaftsjournalistin Katharina Heckendorf.



Zusammenkunft im Auto-Himmel: Zum vierten Mal in Folge fand der Bayerische Mittelstandstag in der Münchner BMW Welt statt. An den Infoständen konnten sich die Teilnehmer über die insgesamt 17 Aussteller und neue Trends, die besonders Mittelständler betreffen, informieren. Die Kaffeepausen zwischen den einzelnen Etappen boten sich ebenfalls für gegenseitiges Kennenlernen und Gedankenaustausch an.



**Zwei Fragen an
Martina
Vollbehr,
Geschäftsfüh-
rerin der pilot
Agenturgruppe**

Vor welchen Herausforderungen stehen Mittelständler aktuell in der Markenkommunikation? Mittelständler zielen nicht wie große Konzerne auf Millionen von Kunden ab, sondern vielleicht auf nur hundert. Das bedarf eines präzisen Know-hows über die Zielgruppe. Insgesamt ist also gerade für mittelständische Unternehmen die Kommunikation diffiziler und mehr dialogorientiert geworden – im besten Sinne verschmilzt sie sogar mit dem CRM.

Customer Relations Management und Markenkommunikation gehen also eine neue Symbiose ein – was ist dabei zu beachten? Datengetriebenes Content-Media wird immer wichtiger – sowohl in BtoC- als auch in BtoB-Beziehungen. Gerade weil wir eine extreme mediale Fragmentierung erleben, brauchen Mittelständler gutes Storytelling, in dem eine gewisse Haltung kommuniziert und glaubwürdig vertreten wird. Und natürlich braucht es die richtige Kontaktdosis – aggressives Retargeting frisst nur Geld und geht potentiellen Kunden auf die Nerven. Der richtige Mix aus Paid und Content Media auf einer soliden Datenbasis steht für kommunikativen Erfolg.

500 000 Euro in 18 Minuten – Crowdfunding findet Mittelstand

Finanzierung, Personalgewinnung und Unternehmensnachfolge – die klassischen Dauerbrenner für Mittelständler standen auch beim diesjährigen Bayerischen Mittelstandstag im Fokus. Gemeinsam mit den rund 500 Teilnehmern wurde in insgesamt 16 Panels vorgestellt und diskutiert, wie der deutsche Mittelstand weiter auf Erfolgskurs bleiben kann.

Auftakt der Veranstaltung war mit dem Eröffnungsplenum das Aufeinandertreffen zweier Unternehmer: Christian Greiner, Geschäftsführer von Rudolf Wöhrle SE, sprach mit Mark Goerke, Gründer und Geschäftsführer der iteratec GmbH, über Unternehmensfortführung im Mittelstand. Einig waren sich beide darin, dass man eigene Kinder nicht in die Nach-

folgerolle zwingen dürfe. Während Greiner aus eigenen Stücken heraus das traditionsreiche Bekleidungsunternehmen seines Großvaters zum Zeitpunkt seiner Insolvenz übernahm und wieder profitabel machte, berichtete Goerke von seinem Entschluss, iteratec schrittweise an eine Mitarbeiter-Genossenschaft zu übertragen – eine ungewöhnliche und in Businesskreisen viel beachtete Entscheidung. Ein Beweggrund dafür war Goerkes Ausgangsfrage, die er im Plenum wiederholte: »Muss ein Unternehmen dem Kapitel dienen, oder ist es nicht besser, eine Struktur zu finden, wo das Kapital dem Unternehmen dient?« Im Anschluss wartete auf die Teilnehmer eine große Bandbreite an Themen, die in 16 verschiedenen Panels, verteilt auf vier Etappen, vorgestellt wurden. So konnte man beispielsweise einen

Einblick in agile Büroarchitektur (Vitro), Work Hacks für lernende Organisationen (Sipgate) oder den drohenden Währungskrieg (Santander Bank) gewinnen.

Übergaben, ein emotionales Thema

Dass eine Übergabe immer auch mit vielen Emotionen behaftet und eine Frage des Loslassens sei, thematisierte Elmar Niehues, Direktor der Sparte Unternehmensnachfolge in der HVB: »Das hat viel mit einem In-sich-Hineinhorchen zu tun.« Niehues erläuterte, wieso die Kaufpreise für Unternehmen derzeit sehr hoch sind und warum die Käufergruppe der Investoren (25 Prozent) von derjenigen des Managements (15 Prozent) immer weniger trennscharf abzugrenzen sei. Mit 50 Prozent führe aber

weiter die Familie die Käufergruppen der Übergaben für mittelständische Unternehmen an. Welche Fallstricke lauern dabei konkret? Und welche Neuerungen gilt es zu berücksichtigen? Das erörterten Michael Althof und Dr. Tom Offerhaus der WTS Group AG Steuerberatungsgesellschaft: »Nachfolgeregeln müssen immer mit Gesellschaftsregeln kompatibel sein, sonst drohen Verwerfungen – und dann heißt es: Gesellschaftsrecht bricht Erbrecht«, so Althaus. Besondere Vorsicht sei insbesondere bei Grundstücksfragen angebracht, hier decke das Testament nicht alle Eventualitäten ab. Offerhaus riet daher, bei gewissen Fällen beispielsweise den Ehepartner im Vorfeld durch Nießbrauch an Grundstücken zu beteiligen. Mirko Schumacher von der Kapilendo AG

hob die Vorteile von Crowdfunding für die Finanzierung von Mittelständlern hervor: »Unbürokratisch und schnell – für Stehr Baumaschinen haben wir zum Beispiel 500 000 Euro in nur 18 Minuten eingesammelt.« Mit einer durchschnittlichen Laufzeit von 33 Monaten und einem durchschnittlichen Verzinsungssatz von 7,4 Prozent sei Crowdfunding auch immer mehr zu einer lukrativen Anlagemöglichkeit für Privatanleger geworden, obwohl diese auch bei Kapilendo komplett das Ausfallrisiko trügen. Inwieweit der Finanzierungsmechanismus, der in Deutschland im Vergleich zu Großbritannien oder China noch in den Kinderschuhen stecke, sich auch hierzulande immer mehr durchsetzt, bleibt abzuwarten – die Chancen dafür stehen jedenfalls nicht schlecht.

Veranstalter:

CONVENT.de
EIN UNTERNEHMEN DER ZEIT VERLAGSGRUPPE

In Zusammenarbeit mit dem Zeitverlag:

DIE ZEIT

Mitveranstalter:

LfA FÖRDERBANK BAYERN
Beratung. Finanzierung. Erfolg.

HypoVereinsbank
Unternehmer Bank