Preis: 12,90 € Ausgabe 2 **www.wirtschaft-und-ethik.com**

Wirtschaft & Ethik

Magazin für ethisches Handeln in der Wirtschaft

Herausgeber:
ETHIK SOCIETY

5x2 TOP-Wissen

Ein Gesundheitswesen, das seinen Namen verdient

Neues Unternehmerdenken

Denn sie wissen nicht, was sie tun

„MAEXIT“: Verantwortungsbewusst zum „Maximum Exit“

Verantwortung als Lebensprinzip

5x2 TOP-Praxis

eMobilität: Tun was funktioniert - starten, statt warten

Konsequente Nachhaltigkeit

Streitkultur als Innovationstreiber

Nachhaltigkeit als Selbstverständnis

Bildungsräume im Kreislauf der Natur

Titelthema

SONNENTOR: Viel Licht im Walde

Für SONNENTOR steht Nachhaltigkeit und das Gemeinwohl im Mittelpunkt des Handelns.

Best Practice

Unternehmen nachhaltig führen

Ethik- und Reputationsexperte Jürgen Linsenmaier hilft Unternehmern dabei, Nachhaltigkeit in ihren Firmen zu verankern und so weit wie möglich auszubauen. Unter seiner Regie haben einige engagierte Unternehmer eine Mastermind-Gruppe gegründet.

Eine Frage

Kann Vertrieb wirklich ethisch sein?

Vertrieb kann nicht nur ethisch sein, er muss es sogar, meint Markus Euler, der Verkäufern zeigt, wie sie das Spiel verändern können, indem sie Vertriebsziele und Vertriebserfolg neu definieren.

AFFENTESTS ?

BITCOINS ?

WIRTSCHAFT UND ETHIK ?!?

«LOUD SPEAKERS»

WORTE. WERTE. WANDEL.

Sind Ethik und wirtschaftlicher Erfolg ein Widerspruch? Buchen Sie unseren Experten für Reputation und Ethik, JÜRGEN LINSENMAIER. Er beweist Ihnen das Gegenteil. Wertvolle Impulse und Orientierung in Zeiten des allgegenwärtigen Wandels.

Wir vermitteln inspirierende Keynote Speaker mit Mehrwert für Ihre Veranstaltung. Besonderen Wert legen wir auf die Themen Führung, Innovation und Verantwortung.

LOUD SPEAKERS
Redneragentur
www.loud-speakers.de

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

inzwischen ist das Thema Nachhaltigkeit in unserer Gesellschaft, ob Verbraucher oder Unternehmer, angekommen. Selbst die Politik denkt in kleinen Schritten um und setzte auf der Grundlage einer EU-Richtlinie in 2017 ein Gesetz zum Thema Corporate Social Responsibility (CSR) um. Mit dem CSR-Gesetz entsteht für kapitalmarktorientierte Unternehmen, für Kreditinstitute und Versicherungen mit mehr als 500 Mitarbeitern die Pflicht, einen jährlichen CSR-Bericht zu erstellen. Dies ist ein Schritt in die richtige Richtung, auch wenn die Umsetzung der EU-Richtlinie durch die Bundesregierung wenig konsequent erfolgte.

Trotz allem liegt in der Umsetzung des Gesetzes ein eindeutiges Signal für den zukünftigen Stellenwert von Corporate Social Responsibility. Die Umsetzung der Richtlinie hat keinesfalls nur Alibifunktion, wie man meinen könnte. Das CSR-Gesetz ersetzt immerhin eine bisher freiwillige Berichterstattung durch verpflichtende Erklärungen. Damit ist das CSR-Gesetz ein Anfang, der den richtigen Weg aufzeigt.

Das neue CSR-Gesetz betrifft aktuell nur 550 Unternehmen und scheint auch an dieser Stelle keinen großen Effekt zu erzeugen. Allerdings erreicht das Gesetz neben der ausgehenden positiven Signalwirkung zusätzlich über die Auswirkung auf die Wertschöpfungskette eine vermutlich hohe Durchschlagskraft in Sachen CSR. Durch die Berichtspflicht werden die großen Unternehmen sicherlich entsprechende Anforderungen an ihre Lieferanten stellen. In der Folge müssen sich zwangsläufig mittelfristig alle Zulieferer, gerade diejenigen mittlerer und kleiner Größe innerhalb der Wertschöpfungsketten, aktiv mit dem Thema auseinandersetzen und sich vermutlich in irgendeiner Form zertifizieren lassen.

Herzlichst Ihr

Jürgen Linsenmaier

Weitere Informationen im Wirtschaft & Ethik Podcast CSR Gesetz - Wie tickt die Politik
Im Gespräch mit Andrea Behm
http://www.juergen-linsenmaier.de/2018/02/csr-gesetz

ETHIK SOCIETY

Die ETHIK SOCIETY, als Herausgeber des Magazins Wirtschaft & Ethik, ist eine Gemeinschaft wirtschaftlicher Akteure und Unternehmen mit einem gemeinsamen Ziel: gesellschaftliche Gesamtverantwortung für sich erkennen, daraus ethische Zielsetzungen für ihr Unternehmen ableiten und konsequent danach handeln.

Entsprechend ist die Mitgliedschaft in der ETHIK SOCIETY kein käufliches Gut, sondern eine Auszeichnung. Unternehmer, die das ETHIK SOCIETY Signet tragen dürfen, leben ethische Grundsätze in ihrer täglichen Management- und Unternehmenspraxis.

Mehr Informationen ab Seite 52
www.ethik-society.com

Wirtschaft & Ethik
Magazin für ethisches Handeln in der Wirtschaft

Herausgeber
ETHIK SOCIETY

Chefredaktion
Jürgen Linsenmaier
www.juergen-linsenmaier.de

stellv. Chefredaktion
Falk S. Al-Omary
www.al-omary.de

Redaktion
Silke Clemens, Gaby Funk

Art Direction/Layout
Carolin Kunz, Frank Herrmann

Verlag
Jürgen Linsenmaier
Am Weiher 4
74630 Remshalden
Tel. 07181 6059891
Mobil 0170 4867016
info@wirtschaft-und-ethik.de
www.wirtschaft-und-ethik.de

5X2 TOP-Wissen

Bernd Michael Wanke

Ein Gesundheitswesen, das seinen Namen verdient

Bernd Michael Wanke ist Steuerberater und Gemeinwohlökonomie Berater. Er hat durch seine Ausbildungen als Burnout- und Stresspräventions Berater, Naturheilkundeberater und Lebensenergieberater zum Aufbau des einfachen Konzepts zur ursachenorientierten Gesundheitsförderung BGF easy beitragen können. Sein Ziel: Mitarbeit an einem neuen Gesundheitswesen, das diesen Namen verdient

Nicole M. Pfeffer

Neues Unternehmerdenken

Nicole M. Pfeffer gewährt in jene Bereiche Einblicke, die weder branchenüblich noch in der ersten Betrachtung logisch erscheinen. Vielmehr versteht Sie es mit Begeisterung und Know-how bewusst Wissen neu zu verknüpfen und dabei für alle Beteiligte Mehrwerte zu schaffen. Durch die Vielfalt ihrer Kunden, ihre fundierte Expertise und langjährigen Erfahrungen in der Marketingbranche, hat sie sich darauf fokussiert mit ihren Kunden „neu zu denken“ und dies mithilfe von Praxis-Konzepten umzusetzen.

Peter Simon Fenkart

Denn sie wissen nicht, was sie tun

Was hat Ethik mit dem Bewusstsein zu tun und welche Rolle spielt Intuition dabei? Der Stuttgarter Intuitionsexperte Peter Simon Fenkart zeigt, wo das Kind in den Brunnen gefallen und warum die innere Stimme gerade in heutiger Zeit unverzichtbar ist.

Christian Haack

„MAEXIT“: Verantwortungsbewusst zum „Maximum Exit“

Christian Haack ist Chefsache Best99 Premium Expert und Mitglied in mehreren Fach- und Qualitätszirkeln. Er ist selbst Inhaber mehrerer Unternehmen, Geschäftsführer und Betreiber der Plattform „MAEXIT“, dem Portal für strategische Unternehmenswertsteigerung und den „Maximum Exit“.

Bernd Kiesewetter

Verantwortung als Lebensprinzip

Bernd Kiesewetter steht heute mehr denn je für absolute Klarheit und setzt den Fokus ausschließlich auf werthaltige und dauerhafte Erfolge. Seine Klienten sind Spitzensportler, Unternehmer, Manager und Menschen, die an ihrer eigenen Verbesserung hart arbeiten wollen, die ein Ziel verfolgen und die selbst bereit sind, Verantwortung zu übernehmen.

5X2 TOP Wissen

Bernd Michael Wanke
Steuerberater und Gemeinwohlökonomieberater

Nicole M. Pfeffer
Marketing mit Pfeffer

Peter Simon Fenkart
Intuitive Kompetenz

Christian Haack
Der Unternehmenswertsteigerer

Bernd Kiesewetter
Mission Verantwortung

Christian Haack
Der Unternehmenswertsteigerer

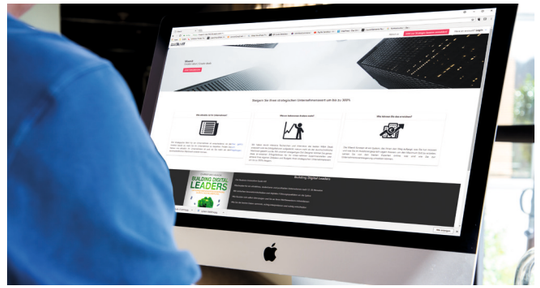
„MAEXIT“: Verantwortungsbewusst zum „Maximum Exit“

Unternehmen tragen ein hohes Maß an integrativer Gesamtverantwortung. Viele Beteiligte sind von einer gescheiterten Übergabe potenziell betroffen.

Der international tätige Unternehmensberater, Exit Angel, Buchautor und Unternehmenswertsteigerer Christian Haack begleitet Unternehmer, die ans Aufhören denken, auf ihrem Weg zum „MAEXIT“ – einem „Maximum Exit“, der maximale Gewinne für alle Parteien verspricht: sowohl für den Unternehmer selbst als auch für seine Angestellten, Kunden und Zulieferer sowie für den Standort, die Region und andere Stakeholder. Eine erfolgreiche Firmenübergabe hat immer auch etwas mit Verantwortung zu tun, weiß der Experte.

Laut einer aktuellen Studie der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) sollen in den nächsten drei Jahren rund 620.000 deutsche Unternehmen übergeben oder verkauft werden. Dabei wird die Übergabe statistisch gesehen allerdings nur bei weniger als einem Viertel der Unternehmen tatsächlich gelingen – mit drastischen Folgen: Mitarbeiter verlieren ihre Arbeitsplätze und stehen im schlimmsten Falle ohne Job auf der Straße. Zulieferer verlieren mitunter Aufträge, die ihrerseits Arbeitsplätze finanziert haben. Über Jahrzehnte hinweg aufgebaute Unternehmenswerte und Infrastrukturen stehen urplötzlich auf dem Spiel, weil Unternehmer bei der Planung des Verkaufsprozesses unbedacht oder unwissend die falschen Schritte gehen. Nur eine sorgfältige und langfristige Planung des Exits, also des Ausscheidens des Firmeninhabers und Entscheiders aus seinem Unternehmen, kann den Erfolg der Firmenübergabe sicherstellen. Dazu sollten Unternehmer auf das Wissen eines Experten setzen, der weiß, welche Faktoren für Investoren und potentielle Nachfolger wirklich relevant sind. Diese nämlich gehen weit über die reinen Zahlen hinaus.

Von der Zukunft eines Unternehmens hängt oft mehr ab als auf den ersten Blick ersichtlich ist: Neben den Mitarbeitern, die um ihren Job bangen müssen, wenn eine Unternehmensübergabe scheitert, beeinflusst die profitable Existenz eines Unternehmens auch die Wirtschaftslage von Zulieferern und dem Standort im Allgemeinen. Unternehmen sind strukturell vernetzt mit ihrem Standort, erfüllen oft weit mehr Funktionen als die des reinen Arbeitgebers, Steuerzahlers, Auftraggebers oder Dienstleisters. Viel mehr sind sie Teil einer ganzheitlichen Infrastruktur und oft auch eines sozialen Gefüges. Insbesondere inhabergeführte mittelständische Unternehmen tragen ein hohes Maß an integrativer Gesamtverantwortung. Viele Beteiligte sind also von einer gescheiterten Übergabe potenziell betroffen. Aus dem gefeierten Unternehmer wird plötzlich der Gescheiterte, der, der nur an sich gedacht hat. Eine schlechte Nachfolge hat immer auch gesellschaftliche Auswirkungen. Das Lebenswerk steht auf dem Spiel.



Internetplattform maexit.net

Hinzu kommt, dass viele Unternehmer den Erlös aus dem Unternehmensverkauf als eigene wirtschaftliche Altersabsicherung einplanen – und dabei nicht selten mit einer Enttäuschung rechnen müssen. Die meisten Unternehmer durchleben nur ein einziges Mal einen Exit. Können also nicht auf Erfahrungen aus der Vergangenheit zurückgreifen. Umso wichtiger ist es, dass der Exit erfolgreich verläuft. Ein erfolgreicher Exit muss langfristig vorbereitet und strategisch geplant werden, um zu gelingen. Die Annahme, der Ausstieg liege ja noch in weiter Ferne, ist ein besonders fataler Trugschluss. Denn: Ein erfolgreicher Exit erfordert rund zehn Jahre Vorlauf. Zudem

Quelle: Christian Haack

wiegen sich viele Unternehmer in der trügerischen Sicherheit, dass es schon nicht an Käufern mangeln wird, wenn das Unternehmen dann abgegeben werden soll – schließlich läuft die Firma ja. Diese falsche Sicherheit entsteht häufig aus ungenügender Marktkenntnis. Käufer interessieren sich nämlich vor allem für den strategischen Zukunftswert eines Unternehmens, nicht für dessen Ist-Zustand. Ein Unternehmen, das heute profitabel ist, kann in einer sich rasch verändernden, digitalen und globalen Wert schon morgen drastisch an Wert verlieren. Das Gleiche gilt für den umgekehrten Fall: Auch eine heute verlustreiche Firma kann morgen von Wert sein, wenn sie strategisch ins Konzept des Käufers passt.

Wer sein Unternehmen erfolgreich übergeben will, ist also gut beraten, nicht nur eine finanzielle Unternehmensbewertung vorzunehmen, sondern vor allem das strategische Potenzial der eigenen Firma auszuloten und gezielt auszubauen. Das ist das Drehbuch für den „MAEXIT“ – den „Maximum Exit“, der maximale Gewinne für alle Parteien verspricht. Der strategische Unternehmenswert lässt sich, wie erfolgreiche Exits im internationalen Vergleich zeigen, dynamisch steigern. Das sogenannte Branchenmultiple definiert den strategischen Wert, den ein Unternehmen für einen Verkäufer haben kann und der unabhängig von Kennzahlen wie Umsatz und Gewinn ist. Dieses Multiple kann zum satten Plus für den ausscheidenden Unternehmer werden, der sein Unternehmen gleichzeitig mit der beruhigenden Sicherheit verlässt, es verantwortungsbewusst und zukunftsfähig aufgestellt zu haben. Der Schlüssel für einen hohen Multiple ist nicht selten die Digitalisierung der Unternehmensprozesse und der Produkte.

Bislang kennen Unternehmer vor allem einen Weg, den Wert ihres Unternehmens vor dem Verkauf in die Höhe zu treiben: Kosten runter, Gewinn rauf. Dies aber erzielt nicht immer die gewünschte Wirkung, denn viele Prozesse lassen sich nicht einfach beschleunigen. Bei den Mitarbeitern wächst in diesem Zuge oft der Frust und allzu schnell bleibt die Qualität der Prozesse auf der Strecke. Die Belastungsgrenze ist rasch erreicht. Dabei geht es auch anders.

Ein ganzheitliches Abbild eines Unternehmens und dessen wirklichen strategischen Wertes liefert die Auswertung von acht „Key Value Drivers“, die auf jahrelanger marktanalytischer Forschungsarbeit und der Auswertung von über 100 Interviews mit Unternehmern, Beratern und Investoren basieren. Sie zeigen auf, an welchen Stellschrauben Unternehmer drehen können, um mehr für sich und ihr Unternehmen herauszuholen. Die acht Faktoren, die über den Verkaufswert eines Unternehmens entscheiden, lauten: Strukturen und Prozesse, Cashflow, Umsatzsicherheit, Unabhängigkeit, Wachstumspotential, Tech Innovations, Austauschbarkeit und Immaterielle Werte. Die Unternehmenswertsteigerung durch strategische Planung kann bei bis zu 300 Prozent liegen.

Einer der wesentlichen Aspekte bei einer Unternehmensübergabe ist die Personalfrage. Fragen, die in diesem Kontext beantwortet werden müssen, lauten: Kann das Unternehmen auch ohne den Gründer und Inhaber weiterexistieren? Ist sein Wissen in Prozesse transferiert und dokumentiert worden? Hängt das Unternehmen maßgeblich von der Person des Inhabers ab, ist es weder für Käufer noch für Nachfolger interessant. Gleiches gilt für das Wissen rund um Zahlen und den Wert des Unternehmens: Liegt hier keine Transparenz vor oder fehlt es an einer sinnvollen Planung, ist ein Unternehmen weder verkaufbar noch übertragbar. Frühzeitig an den Stellschrauben drehen, lautet deshalb die zentrale Devise eines erfolgreichen Exits.

Für die „Macher“ unter den Unternehmern bedeutet das eigene Ausscheiden auch ganz persönlich einen tiefgreifenden Wandel, der nicht selten mit einer Sinnkrise einhergeht. Umso wichtiger ist es, dass das Unternehmen mit einem guten Gefühl abgegeben wird – dem Gefühl, der Verantwortung, die man oft jahrzehntelang für Angestellte, Kunden, Lieferanten und den Wirtschaftsstandort übernommen hat, auch beim letzten entscheidenden Schritt nachgekommen zu sein.

Christian Haack verfügt über einen einmaligen Wissens- und Erfahrungsschatz. Seit vielen Jahren sind seine strategische Begleitung und Umsetzung, sein Rat und sein Wissen in Großkonzernen, aber auch beim inhabergeführten Mittelstand gefragt. Als Vortragsredner verrät er die Geheimnisse des „Maximum Exits“ und erklärt, wie Unternehmensinhaber mit Hilfe der Digitalisierung und einer individuellen Exit-Strategie ihre persönlichen Ziele durch eine systematische Unternehmenswertsteigerung erreichen können. Mit seiner Vortragstour „Unternehmenswertoffensive“ begeistert er Unternehmer und Geschäftsführer, gewährt tiefe Einblicke in das Denken und Handeln von Investoren und Nachfolgern.

Informationen und Artikeldownload unter:
www.christianhaack.com, www.maexit.net
www.wirtschaft-und-ethik.com/?p=1065