

Lebensmotive und ihre Einflüsse bei der Nachfolgeregelung aus der Sicht des Verkäufers

Die Bedeutung einzelner Antriebskräfte sind bei den Menschen unterschiedlich ausgeprägt. Jeder hat sein eigenes Profil, was ihm für sein Leben wichtig ist. Deshalb ist es für jeden Nachfolgeberater, aber auch für die Kaufinteressenten wichtig, den Unternehmer als Mensch zu erfassen und nicht einfach als Auftraggeber oder Verkäufer anzuschauen. Nur dann ist es möglich, die Situation emotional so einzuschätzen, dass es zu einem guten Abschluss kommt.

Starke Ausprägungen bei einzelnen Motiven können geplante Nachfolgelösungen sehr oft erschweren oder verhindern.

Lebensmotive	Ausprägung im Hinblick auf die Nachfolgeregelung	Mögliche Auswirkungen auf die Transaktion	Einfluss auf die Nachfolgeregelung
Macht	Der Unternehmer möchte seine Preisvorstellung durchsetzen. Ein Nachgeben würde als Niederlage empfunden.	Eine solche Haltung erschwert die Transaktion, weil die meistens zu hohe Preisvorstellung zu einem Deal Breaker werden kann. Der Inhaber nimmt lieber die zeitliche Verzögerung des Unternehmensverkaufs in Kauf als dass er nachgeben würde.	negativ
Unabhängigkeit	Der Unternehmer freut sich auf seine zukünftige Zeitautonomie, dank welcher er sich vermehrt ausserberuflichen Aktivitäten zuwenden kann.	Erleichtert die Nachfolgeregelung, weil der Inhaber oft auch mit der „zweitbesten“ Lösung zufrieden ist, nur damit er seine Lebensziele bald erreichen kann.	positiv
Anerkennung	Die Höhe des erzielten Verkaufspreises wird als Ausdruck des persönlichen Selbstwerts angeschaut.	Wenn die Triebfeder der Anerkennung sehr stark ausgeprägt ist, wird diese höher gewichtet als eine marktgerechte Nachfolgelösung. Die Nachfolgelösung scheitert, der Inhaber bleibt an Bord und ist überzeugt, dass es ohne ihn sowieso nicht geht.	negativ

Sparen	Streben nach „viel“ Geld, auch wenn man dieses aller Voraussicht nach nie braucht. Die Kapitalakkumulation ist das Ziel. Diese Triebfeder läuft oft parallel mit dem Streben nach Macht.	Die „Sparwut“ kann auch durch Angst hervorgerufen werden. Vor allem die Angst, dass das Geld im hohen Alter nicht mehr ausreichen könnte, rückt die Preisfrage oft in den Mittelpunkt.	negativ
Idealismus	Das Streben nach sozialer Gerechtigkeit unterstützt die Bereitschaft zu einem fairen Transaktionspreis.	Unternehmer mit einer solchen Haltung erleichtern die erfolgreiche Nachfolge. Sie anerkennen dem neuen Eigentümer das Recht auf einen fairen Preis und stellen andere Ziele der Nachfolgelösung in den Vordergrund.	positiv
Familie	Unternehmer mit einer ausgewogenen Work-Life-Balance freuen sich auf die Zeit „danach“.	Der Unternehmer bietet Hand für eine flexible Nachfolgelösung und hält nicht konsequent an seinen ursprünglichen Vorstellungen fest.	positiv
Status	Mit dem Verkauf des Unternehmens verliert der Inhaber einen Teil seines gesellschaftlichen Status. Dieses Motiv läuft oft parallel mit jenem der Anerkennung.	Wenn der Inhaber keine neue Aufgabe in Aussicht hat, hat er Mühe, die Zügel loszulassen und stellt über die Preisfrage ein Hindernis auf, damit die Firma kaum zu verkaufen ist.	negativ
Körperliche Aktivität	Der Unternehmensverkauf ermöglicht es dem Verkäufer, sich durch Fitness gesund zu halten.	Eine solch positive Einstellung erleichtert die Transaktion, weil nicht das Geld im Zentrum steht.	positiv
Ruhe	Die globale Dynamik, welche auch viele KMU erreicht, verstärkt den Wunsch nach einer raschen Übergabe der Verantwortung	Die Entlastung von der unternehmerischen Verantwortung stellt andere Ziele in den Vordergrund als der Preis.	positiv

Literaturhinweis zu den Lebensmotiven: www.reiss-profile.de

Bearbeitung durch Paul Stämpfli