

Kommunikation beim Firmenverkauf

Einleitung

Für ein Grossteil der verkauften Unternehmen, bedeuten die ersten 12 Monate nach dem Verkauf eine herausfordernde Zeit. Die Gründe dafür sind vielschichtig. Die bestehenden Mitarbeiter sind sich eine Kultur und Struktur gewohnt und haben Mühe mit neuen Ideen umzugehen. Ebenso wird in der Übergangsphase oft falsch und intransparent kommuniziert.

Herausforderungen

Nach dem eigentlichen Kauf kommt die schwierigste Phase! Die Herausforderungen die auf Sie als Unternehmer zukommen, sind spannend aber auch sehr fordernd.

- Mitarbeiter haben sich an einen Führungsstil, eine Struktur und Kultur gewöhnt und sehen einer Nachfolge eher mit Bedenken und Unsicherheiten entgegen.
- Langjährig aufgebaute Lieferantenbeziehungen werden durch einen Führungswechsel auf die Probe gestellt.
- Ihre Kunden wollen Gewissheit, wie sich die geschäftlichen Beziehungen entwickeln. Sie möchten Sicherheit, dass sie für ihr Unternehmen weiterhin einen wichtigen Stellenwert einnehmen.
- Mögliche strategische Partner möchten wissen, in welcher Form Sie weiterhin auf sie bauen.

Es ist klar, dass in einer Übergangsphase auf diversen Ebenen Unsicherheiten entstehen. Wichtig ist dabei, wie Sie damit umgehen und wie es Ihnen gelingt, Antworten auf die anstehenden Fragen zu liefern. Das zwingt Sie dazu, sich frühzeitig mit Ihrer Strategie auseinanderzusetzen und vor allem rechtzeitig, transparent und offen mit Ihrem Umfeld zu kommunizieren.

Anspruchsgruppen

In einer Übergangsphase gibt es diverse wichtige Anspruchsgruppen, die es mit ganzheitlichen Kommunikationskonzepten zu erreichen gilt:

- Mitarbeiter
- Investoren
- Partner
- Kunden
- Lieferanten

Überlassen Sie dabei nichts dem Zufall. Eine gesamtheitliche Kommunikationsstrategie, ist der entscheidend Faktor in einer Übergangsphase und bildet die Basis für eine gesunde und nachhaltige Nachfolge.

Kommunikationsformen

Mit welchen Formen Sie die Kommunikation aufbauen, hängt auf der einen Seite von Ihrem Marktumfeld und den gängigen Formen Ihrer Branche, sowie der Tonalität des Unternehmens ab. Auch die Gewohnheiten der Kommunikationsformen Ihres Vorgängers, geben Ihnen Anhaltspunkte, welche Strategie und welcher Mix am idealsten ist.

Nachhaltigkeit als Schlüssel zum Erfolg

Der Stellenwert der Kommunikation innerhalb der Nachfolgeregelung ist nicht genügend hoch einzustufen. Als Nachfolger ist es entscheidend, wie Sie gemeinsam mit Ihrem Team auftreten. Ein schlechter erster Eindruck ist im Nachhinein bekanntlich nur mühsam wieder zu korrigieren. Nutzen Sie diese Chance und wählen Sie eine Kommunikationsstrategie die zu Ihnen, Ihrem Team und damit zu Ihrem Unternehmen passen.