

„Das A und O ist Kommunikation“

VR Equitypartner (VREP) begleitet mittelständische Familienunternehmen bei Themen wie Expansion, Nachfolge oder Gesellschafterwechsel und kann dabei auch auf die Ressourcen der Volks-und-Raiffeisenbank-Gruppe zurückgreifen. INTERVIEW **GEORG VON STEIN**

Unternehmeredition: Welche Themen müssen verkaufende Unternehmen in Coronazeiten beachten?

Peter Sachse: Durch Corona haben insbesondere die Geschäftsmodelle mit Onlinevertrieb einen Schub bekommen. Wenn ein Geschäftsmodell von Corona betroffen ist, muss das Unternehmen erläutern, ob die positiven Entwicklungen in Zukunft anhalten beziehungsweise wie man negativen Entwicklungen entgegen treten wird. Auch bei Verkaufsprozessen innerhalb unseres Portfolios, wie beispielsweise bei United MedTec 2021, galt es plausibel zu erklären, wie nachhaltig die positive wirtschaftliche Entwicklung ist und was nach Corona passiert.

Wie kann ein Beteiligungsunternehmen vom Rückgriff auf die VR-Gruppe profitieren?



ZUR PERSON

Peter Sachse,
Geschäftsführer,
VR Equitypartner GmbH
peter.sachse@vrep.de

Das Investorenprofil zur VR Equitypartner GmbH finden Sie auf Seite 43.

Über die Genossenschaftliche Finanz-Gruppe können wir die Wertschöpfungskette im Finanzdienstleistungsbereich abdecken und auf Spezialisten aus der Gruppe zurückgreifen. Das reicht von Absicherungen im Auslandsgeschäft bis zu Anlagemöglichkeiten für verkaufende Unternehmer. In der Vergangenheit konnten wir solche Bausteine für die Beteiligten immer wieder bedarfsorientiert einbringen und kombinieren.

Wie schafft VREP es, dass Gesellschafterwechsel die Kraft des Unternehmens nachhaltig stärken?

Wichtig ist, dass klare Spielregeln unter allen Beteiligten vereinbart sind. Das A und O dabei ist eine offene Kommunikation. Die Ausgestaltung hängt von den Gesellschafterkonstellationen ab: Hat der Altgeschafter im künftigen Unternehmen keine aktive Rolle mehr, geht es darum, das Unternehmen optimal für den Übergang aufzustellen. Nimmt er noch eine aktive oder beratende Rolle ein, muss klar sein, welche Rolle er konkret ausübt. Dafür muss man die leitenden Verantwortlichen, den Nukleus des Unternehmens, eng einbinden und den Wechsel gegebenenfalls auf mehrere Schultern verteilen oder auch gute Nachfolgende finden. Oft müssen wir auch die Transparenz der Zahlen im Financing und Controlling noch verbessern und definieren, wie das Management das Unternehmen strategisch aufstellen will, damit es gestärkt in die Zukunft geht.

Wie treiben Sie das Thema Nachhaltigkeit voran?

Wir wollen Nachhaltigkeit sehr stark in die Unternehmen hineinragen. Dafür definieren wir aktuell noch einmal unsere Nachhaltigkeitskriterien und -leitplanken und entwickeln einen Katalog, der alle Themen behandelt – von Umwelt über vernünftige Arbeitsbedingungen bis hin zu Lieferketten und Gesetzen. In einigen Jahren wird man nach meiner Einschätzung in Verkaufsprozessen Abschlüsse bekommen auf Unternehmen, die Nachhaltigkeitsthemen nicht entsprechend umgesetzt haben. Wir beteiligen uns längst nicht mehr in Branchen, die offensichtlich nicht nachhaltig arbeiten, beispielsweise Kohlekraftwerke.

VREP hat sich an Glas Strack beteiligt. Wie wollen Sie das Unternehmen voranbringen?

Bei Glas Strack hat der Hauptgeschafter seinen Nachfolger aufgebaut und sich gleichzeitig bei uns substantiell rückbeteiligt. Aus unserem Netzwerk kommt ein Co-Geschäftsführer dazu, der das Onlinegeschäft vorantreibt. Wir bauen nun das historisch starke B2B-Geschäft weiter aus und stärken auch den noch relativ jungen B2C-Sektor. Dabei hilft uns unsere Erhebung unter unseren Beteiligungsunternehmen zum Thema, wie sich die Digitalisierung auf Vertrieb nach Corona auswirkt. Auf Basis der Ergebnisse implementieren wir individuelle Strategien für jedes Unternehmen. ■