

An den Werbeagentur-Inhaber,
der Anschluss sucht

April 2012

Briefe an die Agentur Zukunft. Nr. 1: Verkaufen? Halten? Kaufen?

Liebe Agenturchefin, lieber Agenturchef,

nein, hier geht es nicht um Aktien. Vielleicht haben Sie ja auch gar keine – das schont die Nerven. Sondern, es geht um Ihre Agentur. Um die Perspektiven Ihres Unternehmens und um ein paar elementare Fragen: Lläuft es so weiter wie bisher? Wie lange mache ich das noch? Wer macht weiter? Wachsen wir? Übernehmen wir andere? Wollen wir übernommen werden? Nimmt uns überhaupt jemand?

Vielleicht sind diese Fragen kein Thema für Sie. Sehr gut! Sie können sich glücklich schätzen. Es ist nämlich kein Zufall, dass wir diesen Brief gerade jetzt schreiben. **Denn in letzter Zeit ist der Agenturmarkt in Bewegung gekommen.** Es gibt zunehmend Anfragen von Käufern, die auf der Suche nach einer passenden Ergänzung für Ihr Geschäft sind. Noch häufiger begegnen uns aber Agenturen auf der Suche nach der eigenen Zukunft. Gründe gibt es genug: Der Inhaber will lieber früher als später aufhören. Oder die Nachfolger stehen in den Startlöchern und wollen beteiligt werden. Oder noch spannender: eine Fusion ist geplant, beziehungsweise die Agentur sucht einen neuen Eigentümer.

Ob ein Management-Buy-Out geplant ist oder ob es um einen Verkauf an ein anderes Unternehmen geht – es stellen sich immer die gleichen Fragen:

- Wie bewerte ich das Unternehmen?
- Wie könnte eine Übernahme durch die Mitarbeiter finanziert werden?
- Was macht eine Agentur attraktiv für eine Übernahme oder Fusion?

...2

litschko | meichle

CoEffizienz

- Wie verläuft der Ausstieg des Gründers / Inhabers?
- Wie sieht dann die Führungsebene aus?
- Wann muss ich welche Schritte tun?

Aus eigener Erfahrung und der Beratungspraxis wissen wir, dass oft weite Wege (und Umwege!) gegangen werden, um unterschiedliche Positionen zusammenzubringen. Dabei können Sie auf eine Sache gut verzichten: Zeitdruck. **Wer zu lange wartet und dann hofft, in den letzten zwei Jahren vor der angestrebten Pensionierung eine Lösung zu finden, hat kaum Spielraum.** Besser, Sie handeln „ohne Not“ und mit der notwendigen Souveränität, um für Ihr Unternehmen den richtigen Weg zu finden.

Denken Sie darüber nach und schauen Sie für Ihre Agentur mal ein Stück weiter in die Zukunft als bis zum nächsten Pitch. Wir freuen uns auf Ihre Reaktion und wünschen bis dahin eine erfolgreiche Zeit!

Mit freundlichem Gruß



Achim Litschko



Thomas Meichle