

„DER MITTELSTAND IST VIEL BEDEUTENDER, ALS SEINE PRÄSENZ
IN DER ÖFFENTLICHKEIT ES VERMUTEN LÄSST.“



Dem einen oder anderen wird es nicht entgangen sein: Im Mai diesen Jahres ist es uns gelungen, mit Herrn Lutz Glandt ein neues hochkompetentes Mitglied für unseren Beirat zu gewinnen. Lutz Glandt bringt uns eine Fülle von Erfahrungen mit, die komplementär zu unseren sind. Und dennoch verbinden uns gleiche Denkweisen. Das motiviert uns natürlich stark. Umgekehrt wollten auch wir wissen: Welche waren seine Motive zur Entscheidung für ALLERT & CO.? Wir sprachen mit ihm darüber...

Herr Glandt, Sie waren immer für große Logistik- und Medienkonzerne tätig. Wieso glauben Sie, auch in der überwiegend mittelständischen Klientel von ALLERT & Co., Ihr Fachwissen einsetzen zu können?

Die Medienbranche, in der ich 25 Jahre tätig war, ist überwiegend geprägt von Familienunternehmen, die zwar beachtliche Größen aufweisen, sich aber bezüglich der Unternehmensentwicklung bezogen auf Käufe bzw. Verkäufe in der Regel im mittelständischen Bereich bewegen. Als Geschäftsführer habe ich im Laufe der zurückliegenden Jahre etwa 50 Transaktionen – große und kleine, im In- und Ausland – eingefädelt, begleitet und

abgeschlossen. Dazu gehörten Anbahnungsgespräche genauso wie Überzeugungsgespräche, wenn es einmal „hakte“. Ein wichtiger Faktor war und ist immer noch „die Chemie“ zwischen den Verhandlungspartnern. Diese Erfahrung verknüpft mit der Expertise von ALLERT & Co. kann wertvoll sein.

Die Deutsche Post DHL Group ist in der Tat der größte Logistikkonzern der Welt – gewachsen durch Akquisitionen großer aber auch vieler mittelständisch geprägter Einheiten. Bekanntlich ordnen Konzerne hin und wieder ihr Portfolio – auch diese Erfahrung aus 10 Jahren Tätigkeit möchte ich einbringen.



D. h., Sie arbeiten weiterhin mit dem Mittelstand, nur seit 01. Mai gänzlich außerhalb von Konzernstrukturen?

Ja, genau. Der Mittelstand ist viel bedeutender für die deutsche Volkswirtschaft, als seine Präsenz in der Öffentlichkeit es vermuten lässt. Das liegt auch an der sympathischen Bescheidenheit, die viele erfolgreiche Mittelständler zu ihrer Verhaltensmaxime gemacht haben. Durch meine Tätigkeit in verschiedenen IHK Ehrenämtern in unterschiedlichen Regionen Deutschlands habe ich „die Denke“ vieler Unternehmer kennengelernt – der Ostwestfale denkt anders als der Hamburger, der Unterfranke anders als der Hannoveraner. M&A-Beratung bedeutet auch, darauf Rücksicht zu nehmen.

Was sind Ihres Erachtens die Erfolgsfaktoren, um Transaktionen mit mittelständischen Unternehmern erfolgreich abschließen zu können?

Seriöser Auftritt, Glaubwürdigkeit und kaufmännische Expertise – alles Faktoren, die Arnd Allert und sein Team repräsentieren. Ich habe Herrn Allert kennen und schätzen gelernt, als ich Geschäftsführer

der WAZ Gruppe (heute Funke Medien-gruppe) in Essen war. Ein wichtiger Erfolgsfaktor besteht auch in der persönlichen Betreuung einer Transaktion durch Eigentümer bzw. Geschäftsführer der Beratung. Dafür stehen die Herren Allert und Popp – ein Merkmal, das viele Beratungen nicht aufweisen.

Herr Glandt, Sie haben hervorragende Kontakte in die Venture-Capital-Szene und zwar sowohl national, nach Berlin, Köln oder Hamburg, als auch international, ins Silicon Valley und beispielsweise nach Israel. Was unterscheiden Transaktionen in diesem Bereich von Unternehmensverkäufen im deutschen Mittelstand?

Wie der Name schon sagt: Venture = etwas wagen. Darin besteht immer ein höheres Risiko – aber natürlich auch eine große Chance. Das größte Problem ist die Bewertung. Was ist eine gute Idee wert? Was ist ein Start-up mit 35 jungen Leuten wert, die einen ersten Erfolg aufweisen? Hier ist Erfahrung gefragt. Die digitale Transformation wird alle Märkte treffen, darauf müssen sich alle Unternehmer einstellen.

Auch Minderheitsbeteiligungen sollte niemand ausschließen. Aber ich gebe zu: Über so manch hohe Bewertung von Start-ups wundere ich mich auch. Da sind Transaktionen nachhaltig erfolgreich arbeitender Mittelständler besser einzuordnen. Aber wir können die digitale Revolution nicht stoppen oder zurückdrehen. Wer sich der Herausforderung nicht stellt, hat schon verloren.

Was sind Ihre Erwartungen hinsichtlich der Beiratstätigkeiten bei ALLERT & Co.?

Ich möchte meine 35 Jahre berufliche Erfahrung und viele Kontakte einbringen, um den Kundennutzen zu stärken. Auch die mit Transaktionen verbundenen strategischen Überlegungen – wo dies gewünscht wird – zu begleiten ist reizvoll. Und natürlich auch mediale Begleitung zu organisieren, wo dies sinnvoll ist. Bewegen wir uns im digitalen Zeitalter doch auch in eine neue Informationskultur: Da gilt es auch für den Mittelstand neue Strategien bezüglich der öffentlichen Wahrnehmung von Kauf- bzw. Verkaufsprozessen zu bedenken.]