

ALLERTS THEMEN

NR. 1:
WAS IST „MITTELSTAND“?

*Unsere Sichtweise auf einen mehr
als zahlenmäßigen Begriff.*

[WHITE PAPER

ZWECK DIESES WHITE PAPERS

Ein White Paper ist ein Dokument, das in einer flüssigen Sprache ohne Marketingballast hochspezifische Themen behandelt: als (Fall-)Studie, Anwenderbeschreibung, Analyse oder Marktforschung. Von konventionellen Werbeformaten unterscheiden sich White Papers nicht nur durch ihren Umfang, sondern auch durch ihren konkreten Nutzwert. Der Leser benötigt in einer bestimmten Situation eine Problem-lösung. Diese Erwartungshaltung sollte ein White Paper erfüllen.

Es ist Allert & Co. ein Anliegen, unsere Sichtweise auf bestimmte Sachverhalte so klar zum Ausdruck zu bringen, dass einerseits der Leser den oben beschriebenen Nutzwert hat und andererseits, z. B. im Vorfeld einer Mandatierung, ein potenzieller Mandant unsere Denk- und Sichtweise erkennt. Somit werden gegenseitige Erwartungshaltungen klar definiert und die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit gelegt.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

[GLIEDERUNG

Abgrenzung KMU, Familienunternehmen

<i>KMU</i>	07
<i>Familienunternehmen</i>	09

Unsere Sichtweise

<i>Im Mittelstand entscheiden die Eigentümer</i>	10
<i>Mittelständler geben Leistungsträgern freie Hand</i>	11
<i>Mittelständler sind vertriebsorientiert</i>	11
<i>Mittelständler gehen anders mit Risiken um</i>	12
<i>Mittelständler sorgen für große Wertschöpfungstiefe</i>	12
<i>Mittelständler haben ein anderes Verhältnis zu Standards</i>	13
<i>Mittelständler sind schwerer zu assimilieren</i>	14
<i>Mittelständler sind flexibler</i>	15
<i>Mittelständler entscheiden schneller</i>	16
<i>Mittelständler führen generalistisch</i>	16
<i>„Privat und geschäftlich“ werden anders getrennt</i>	17

<i>Fazit</i>	18
--------------	----

<i>Literatur</i>	19
------------------	----

PRÄAMBEL

Man mag die Dinge wirtschaftspolitisch betrachten, wie man will. Allemal herrscht Konsens über zwei Dinge: Erstens ist der Mittelstand eine der tragenden Säulen der deutschen Volkswirtschaft. Zweitens lag dennoch – wenigstens im letzten Jahrzehnt – das sichtbare Interesse der Politik und der Medien nicht bei ihm, sondern bei den großen multinationalen Unternehmen.

Einer der Gründe dafür mag sein, dass der Fokus der Welt im beginnenden 21. Jahrhundert bei der Betrachtung der Wirtschaftswelt nur noch das sah, was in Geldeinheiten zählbar, an der Börse handelbar und für eine mögliche Renditemaximierung – meist unter einem hohen Einsatz an Fremdkapital und Risiko – verwertbar schien.

Der Mittelstand selbst zeigte sich von dieser Entwicklung des Denkens weitestgehend unberührt. Er denkt im Kern weiterhin nicht zuerst ans Geld, sondern an seine Leistungsfähigkeit und seine Arbeit für den Kunden. Dass er im Moment der Krise dennoch zu leiden hat und dass er andere Schwerpunkte setzt als ein angestellter Geschäftsführer oder ein CEO eines börsennotierten Unternehmens, ist sicherlich ebenfalls ein Punkt, über den sich Konsens herstellen ließe.

Weil dies nun alles ist, wie es eben ist, liegt der Fokus dieses White Papers auf den folgenden Fragen: Welche Merkmale sind für den Mittelstandsbegriff – über die vielfach festgestellte chronische Eigenkapitalschwäche hinaus – eigentlich prägend? Welche Denk- und Handlungsweisen machen den mittelständischen Unternehmer aus unserer Sicht aus? Insbesondere interessiert uns hier auch die Frage: Wie verhält er sich bezüglich der mit ihm interagierenden Interessengruppen (Stakeholder) – darunter auch die Finanzwelt? Und nicht zuletzt auch: Inhabergeführte mittelständische Unternehmen haben im buchstäblichen Sinne einen natürlichen Lebenszyklus. Die Unternehmensnachfolge gestaltet sich oft schwierig. Wie ist diese Problematik zu lösen?