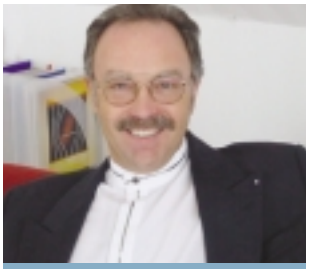

*Der Betriebswirt Lutz Storck von der Taronova GmbH in Werl erzielt bei Geschäftsaufgaben in kurzer Zeit Umsätze, die um ein Vielfaches höher liegen als zuvor.*

Taronova: Spezialist im Bereich Geschäftsaufgabe

# „Rechtzeitig schließen bedeutet Sicherung des Privatvermögens"

Eine Geschäftsaufgabe ist keine leichte Entscheidung. Sie darf auf keinen Fall zur finanziellen Belastung im privaten Bereich des Unternehmers führen. Die Taronova GmbH steht Betroffenen bei der Durchführung mit ihrer Erfahrung deshalb von Anfang bis Ende zur Seite.

Doch wer gibt sein Möbelhaus schon leicht auf? Denn an einem Unternehmen hängt viel: Mal abgesehen von der eigenen Existenz und der betroffenen Familie, spielt die soziale Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern eine entscheidende Rolle. Moralische Verpflichtungen gegenüber Lieferanten und anderen Geschäftspartnern, aber auch Kunden, kommen hinzu. Die Angst zu versagen oder der Irrglaube, dass ausschließlich der Unternehmer selbst sein Geschäft weiterführen kann, sind häufig.

Die Frage eines externen Nachfolgers regelt sich aufgrund der schlechten betriebswirtschaftlichen Situation des Unternehmens meist von selbst. Außerdem wollen rund zwei Drittel aller der inhabergeführten Unternehmen möglichst innerhalb der Familie einen Nachfolger finden. Doch diese sind häufig entweder gar nicht vorhanden, nicht entsprechend qualifiziert oder wollen ganz einfach den Betrieb nicht weiterführen, da sie andere Interessen haben. „Dies ist verständlich, wenn man betrachtet, dass jedes zweite Unternehmen das wir schließen, von aktiv geschäftsführenden Unternehmern geleitet wird, die sich jenseits des 65. oder sogar des 75. Lebensjahres befinden", weiß Lutz Storck von Taronova. Dazu kommt, dass das Einrichtungshaus, vor allem bei der älteren Generation, oftmals als „Lebenswerk" betrachtet wird. Und dann besteht die Angst, nach der Schließung in ein Loch zu fallen und keine Aufgabe mehr zu haben. Ein Vakuum scheint sich aufzutun.

Fakt ist hier, dass die Verantwortung gegenüber der Familie häufig sehr einseitig ist und sich ausschließlich auf das Führen des Möbelhauses zum Zwecke des Lebenserhaltes der Familie bezog. „Auf Nachfragen wie: ‚Wie viel Zeit haben Sie tatsächlich mit Ihrer Familie verbracht?' und ‚Wann waren Sie zuletzt mit Ihrer Frau im Urlaub?' folgt in der Regel ein langes Schweigen", so Storck „Doch das Leben hat neben den Möbeln auch noch einen anderen Sinn. Leider kommt diese Erkenntnis meist zu spät."

Aber wie kann es überhaupt so weit kommen? Was sind die Mechanismen? „Das hat bei den Unternehmern viel mit Hoffnung zu tun. Dem Hoffen auf gute Jahre, die immer nach den umsatzschwachen Jahren kamen." Aber: Die guten Jahren sind nicht wirklich in Sicht. Der wirtschaftliche Aufwärtstrend, den die Branche braucht, bleibt aus; gesetzmäßige konjunkturelle Zyklen gibt es nicht mehr.

Wer empfiehlt jetzt dem Unternehmer, die dringend notwendige rechtzeitige Geschäftsaufgabe durchzuführen? Die Verbände beschränken sich häufig darauf, neue Vermarktungsschienen anzubieten, um so gegenzusteuern zu können. Doch eine adäquate Umsetzung kostet natürlich Geld, das häufig nicht mehr vorhanden ist. Darüber hinaus weiß Storck, dass, wenn der Umsatzumschwung dann ausbleibt, die Situation meist noch brisanter wird. Dazu kommt, dass die meisten Unternehmer den eigenen Verband nicht ansprechen wollen. Zu groß ist die Angst, plötzlich durchs Raster zu fallen und schon am nächsten Tag aus der Zentralregulierung ausgeschlossen zu werden.

Das heißt, Ware würde dann – in der sowieso meist angespannten Liquiditätssituation – nur noch gegen Vorkasse geliefert. Der eigene Steuerberater führt die rein steuerlich-buchhalterische Arbeit aus und hält sich aufgrund fehlender Branchenkompetenz aus weiterer Beratung zurück. Den betriebswirtschaftliche Warnsignalen des Steuerberaters schenkt der Unternehmer außerdem meist kein Gehör. Darüber hinaus mangelt es noch immer an monatlichen betriebswirtschaftlichen Auswertungen.

Solange Sicherheiten vorhanden sind, halten die Hausbanken sich bedeckt. Der Unternehmer schießt aus seinem privaten Vermögen nach, belastet Grundstücke. Ist das Privatvermögen fast aufgebraucht, kommt es meist zum entsetzten Schock: Die Hausbank teilt dem verzweifelten Händler mit, das Kreditvolumen nicht mehr begleiten zu können – trotz jahrzehntelanger guter Geschäftsverbindung. Ein Überziehen der KK-Grenze wird dann von heute auf morgen nicht mehr akzeptiert.

„Jetzt, also meist fünf nach zwölf, folgt der Anruf bei der Taronova GmbH", schildert Lutz Storck seine Erfahrungen. Denn die Unternehmnsberatung ist darauf spezialisiert, Möbelhäuser, die in Zahlungsschwierigkeiten geraten, in relativ kurzer Vorbereitungszeit erfolgreich zu schließen und so den Erhalt des unternehmerischen Privatvermögens zu sichern.

Nach dem ersten Gespräch bereitet Taronova nicht nur sämtliche Daten für ein Bankgespräch auf, sondern führt auch das Gespräch mit den Bankern und verschafft dem Unternehmer den Liquiditätsspielraum, um den Räumungsverkauf in Ruhe vorbereiten zu können.

Die Hausbank bekommt die Sicherheit, dass jetzt ein Profi am Werk ist, der sich speziell mit diesem Metier auskennt. Denn Taronova berät nicht nur, sondern führt den Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe komplett durch. Dazu zählt die Werbeplanung und -durchführung, die Personalstellung und Warenbeschaffung sowie Kassenführung und Auslieferung. Also alles, was notwendig ist, um in dem gut organisierten Räumungsverkauf einen maximalen Umsatz zu erzielen. Der Unternehmer verdient ein letztes Mal richtig Geld.

„Im Durchschnitt erzielt Taronova einen Umsatz, der 7,5-mal so hoch liegt wie der des Vormonats. Bei einer Geldsumme (Liquidität) unmittelbar nach der Aktion, die sich die meisten Möbelhändler nicht vorstellen können", erläutert Lutz Storck.

Dabei beschränkt sich das Angebot von Taronova nicht auf den Räumungsverkauf. Zusätzlich im Angebot sind: die klassische Unternehmensberatung, die Beratung bei Nachfolgeregelungen, Ausgliederung von Junioren, Verkaufsveranstaltungen wie Jubiläums-, Insolvenzwarenverkäufe und Abverkäufe, sowie die Immobilienvermarktung.

„Jedes Unternehmen hat seinen Ruf. Wir sind dafür bekannt, in Extremsituationen überdurchschnittliche Branchenleistungen zu erzielen, um den Unternehmer aus einer ausweglos erscheinenden Situation herauszuholen. Unsere Referenzliste ist lang."

@ Mehr Infos:
**www.taronova.de**