

GENERATIONENWECHSEL – Die Nachfolge ist eine der zentralen Herausforderungen der Schweizer KMU-Landschaft. Etwa 27 Prozent aller Unternehmen erwägen eine Schliessung, weil kein geeigneter Nachfolger gefunden wird. So entsteht ein strukturelles Risiko für den gewerblichen Mittelstand. Jungunternehmer werden für KMU deshalb immer wichtiger.

Entscheidend ist der richtige Match

In der Schweiz stehen viele inhabergeführte KMU vor dem Generationenwechsel. Die Lage ist ernst: Rund 27 Prozent aller Unternehmen erwägen eine Schliessung, weil kein geeigneter Nachfolger gefunden wird. Damit entsteht ein strukturelles Risiko für den industriellen und gewerblichen Mittelstand – geprägt von Inhaberkwissen, regionaler Verwurzelung und stabilen Kundenbeziehungen.

Das Kernproblem: Unternehmer gesucht – nicht Käufer

Strategische Käufer oder Finanzinvestoren prüfen Nachfolgen opportunistisch, passen aber selten zur DNA klassischer KMU. Viele Betriebe brauchen keinen Manager, sondern jemanden, der operativ einsteigt, Teams führt, Kultur versteht und unternehmerisch weiterentwickelt.

Interne Lösungen sind wertvoll – aber schwer umsetzbar

Familien- oder Mitarbeiternachfolgen sind vorhanden, scheitern aber häufig an emotionalen Konflikten, fehlenden finanziellen Mitteln oder mangelnder unternehmerischer Erfahrung. Zudem fehlt vielen internen Kandidaten professionelle Unterstützung bei Strukturierung, Bewertung und im Transaktionsprozess – ein Faktor, der die Erfolgsquote deutlich reduziert.

Jungunternehmer als ergänzende oder eigenständige Lösung

Wenn interne Wege nicht ausreichen, kann ein externer Jungunternehmer eine starke Option sein:

- als Miteigentümer neben internen Nachfolgern,
- als Ergänzung einer familien-internen Lösung
- oder als vollständige externe Nachfolge.

Der Mix aus internem Know-how und externem Unternehmergeist steigert die Zukunftsfähigkeit eines Betriebs – ohne seine kulturelle Identität zu gefährden.

Warum Jungunternehmer so gut zu inhabergeführten KMU passen

Jungunternehmer, die operativ einsteigen wollen, bringen langfristige Perspektive, Motivation und frische Impulse mit. Sie identifizieren sich stark mit der Region und der Verantwortung eines KMU. Doch ohne passende Finanzierung, strukturierte Transaktionslogik und Zugang zu den richtigen Betrieben bleibt ihr Potenzial ungenutzt.

Der Engpass: Matching und Strukturierung

Die grösste Hürde bleibt das Finden der passenden Nachfolgesituation. Viele Unternehmer finden keine passenden Nachfolger, weil es keinen effizienten Zugang zu geprüften Kandidaten gibt. Ohne einen zentralen Matching-Player wie ENEX ist es für private Nachfolger fast unmöglich, sichtbar zu werden – und für Unternehmer schwierig, geeignete externe

Kandidaten zu finden. Dazu kommen komplexe Finanzierungsmodelle, die ohne Begleitung kaum tragfähig aufgebaut werden können.

Es braucht eine neue Art von Unterstützung

Die Zeiten, in denen vor allem der Verkäufer externe Unterstützung erhielt, sind vorbei. Heute braucht es Kaufberater, die Jungunternehmer befähigen und Nachfolgen strukturell ermöglichen, um die Menge an anstehenden Nachfolgen bewältigen zu können. Verkäufer und Käufer

tragen gemeinsam Verantwortung für nachhaltige Lösungen – und Nachfolger brauchen Zugang zu erfahrenen Partnern auf Augenhöhe, die wissen, wie man mit Unternehmern spricht, und spezialisiert sind auf Suche, Bewertung, Abwicklung und Finanzierung einer KMU-Transaktion.

Wie ENEX Lösungen schafft

ENEX begleitet primär die Nachfolger, damit Übergaben machbar werden – finanziell und strukturell. Für KMU-Inhaber bedeutet das:

- Zugang zu einer kuratierten Nachfolgebasis (geeignete Unternehmerprofile, nicht «Interessenten»),
- strukturierter Prozess (Diskretion, klare Schritte, saubere Kommunikation),
- höhere Wahrscheinlichkeit, dass Finanzierung und Deal-Architektur tragfähig sind,
- weniger Reibung und weniger Abbruchrisiko in der kritischen Phase.

Wenn ein KMU aktiv auf ENEX zugeht, profitiert es von einer deutlich höheren Erfolgswahrscheinlichkeit beim Matching mit passenden Kandidaten aus der ENEX-Jungunternehmerdatenbank sowie von sauber strukturierten und transparenten Nachfolge- und Transaktionsprozessen. Ziel ist ein nachhaltiger Übergang mit dem richtigen Unternehmer von morgen. Und das Beste dabei? Es entstehen keine Mandatskosten für den Verkäufer!

Fazit: Strukturierter, fairer Prozess ist entscheidend

Die Nachfolge ist eine der zentralen Herausforderungen der Schweizer KMU-Landschaft. Interne Übergaben, Familiennachfolge-Lösungen und externe Jungunternehmer stehen nicht im Wettbewerb, sondern können sich sinnvoll ergänzen. Entscheidend ist der richtige Match zwischen Unternehmen und Nachfolger sowie ein strukturierter, fairer Prozess. So bleibt das Unternehmen langfristig verankert – und unternehmerisch erfolgreich. Wann organisieren Sie Ihre Nachfolge? *Lars Sager**

*Lars Sager ist Co-Founder und Partner der ENEX GROUP, die auf Unternehmensnachfolgen und Entrepreneurship spezialisiert ist.



«Viele Betriebe brauchen keinen Manager, sondern jemanden, der Teams führt und Kultur versteht», schreibt Lars Sager (rechts), der zusammen mit Jeremie von Moos die ENEX GROUP gegründet hat. Bild: zVg

VERSICHERUNGSRATGEBER – Cyberangriffe sind eine Bedrohung für KMU. Doch wie kann das Unternehmen geschützt werden und welche Rolle spielt eine Cyberversicherung?

Schutzmassnahmen und Versicherungen für KMU

M. S. aus Z.: Ich leite eine Marketingagentur mit zehn Mitarbeitenden und habe Bedenken wegen Cyberangriffen, insbesondere Ransomware, Phishing und des Verlusts sensibler Daten. Wie kann ich mein Unternehmen schützen, und welche Rolle spielt eine Cyberversicherung?

Sehr geehrter Herr S.: Cyberangriffe bedrohen besonders KMU wie Marketingagenturen, die mit sensiblen Daten und digitalen Plattformen arbeiten. Angriffe können Abläufe stören und das Vertrauen Ihrer Kundschaft beeinträchtigen.

Massnahmen zur Prävention

Ein solider IT-Grundschutz ist die Grundlage für Cybersicherheit. Für eine Marketingagentur, die auf digitale Tools und Daten angewiesen ist, sind diese Massnahmen wichtig:

- Technische Massnahmen: Schützen Sie Ihre IT-Systeme mit Firewalls, Antivirenprogrammen und Updates. Nutzen Sie starke Passwörter, Zwei-Faktor-Authentifizierung und regelmässige, offline gespeicherte Back-ups, um bei Angriffen schnell handlungsfähig zu bleiben.



Die Sensibilisierung der Mitarbeiter ist eine von vielen Massnahmen für einen guten Schutz vor Cyberkriminalen.

Bild: 123RF

- Organisatorische Massnahmen: Schulen Sie Ihre Mitarbeitenden zu Phishing-Gefahren. Gerade in einer Marketingagentur mit vielen externen Kontakten ist das wichtig. Klare Notfallpläne helfen, bei Cyberangriffen richtig zu reagieren.

- Externe Unterstützung: Ziehen Sie zertifizierte IT-Dienstleister hinzu, etwa mit einem CyberSeal. Sie können Ihre IT-Sicherheit überprüfen und gezielt verbessern.
- Spezifische Schutzmassnahmen: Für Marketingagenturen ist der Einsatz einer Web-Application Firewall (WAF) sinnvoll, um Angriffe abzuwehren. Klären Sie mit Ihrem IT-Dienstleister, welche Dienste notwendig sind, und deaktivieren Sie unnötige Funktionen.

Marketingagenturen sollten eine Web-Application Firewall (WAF) nutzen und mit ihrem IT-Dienstleister unnötige Funktionen deaktivieren.

Die Rolle der Cyberversicherung

Eine Cyberversicherung bietet Schutz vor den finanziellen und rechtlichen Folgen eines Cyberangriffs. Sie deckt unter anderem:

- Eigenschäden: Dazu gehören die Wiederherstellung von IT-Systemen, Datenrekonstruktion sowie Ertragsausfälle und Mehrkosten. Für eine Marketingagentur kann das bedeuten, dass verlorene

Kampagnendaten oder gestohlene kreative Inhalte wiederhergestellt werden.

- Fremdschäden: Haftpflichtansprüche, etwa bei Datenschutzverletzungen oder einem Datendiebstahl, sind auch abgedeckt. Sind Kundendaten durch einen Angriff kompromittiert, kann eine Cyberversicherung vor den rechtlichen und finanziellen Folgen schützen.
- Cyber-Erpressung: Unterstützung bei Verhandlungen und IT-Sicherheitsmassnahmen, um die Bedrohung zu bewältigen. Angriffe wie Ransomware, die den Zugriff auf wichtige Projekte blockieren, können so effektiv gemanagt werden.

Versicherungen bieten zudem einen Zugang zu Expertennetzwerken, die bei der Krisenbewältigung und im Kommunikationsmanagement unterstützen. Präventionsservices wie Schulungen und Sicherheitsanalysen sind oft ebenfalls Teil des Angebots.

Langfristig erfolgreich bleiben

Auch kleine Unternehmungen können von Cyberkriminalen angegriffen werden. Sensibilisieren Sie Mitarbeitende, aktualisieren Sie IT-Systeme

IHRE FRAGEN AN



Christoph Clavadetscher arbeitet im Kompetenzzentrum Cyber Risk bei der Mobiliar. Als Betriebswirtschaftler mit Spezialisierung in Risikomanagement und Versicherung blickt er auf langjährige Erfahrung an der Schnittstelle Cyberversicherung und Cyber Security zurück.

Fragen sind zu richten an: christoph.clavadetscher@mobiliar.ch

teme und sichern Sie finanzielle Risiken mit einer Cyberversicherung ab, um langfristig sicher und erfolgreich zu bleiben.