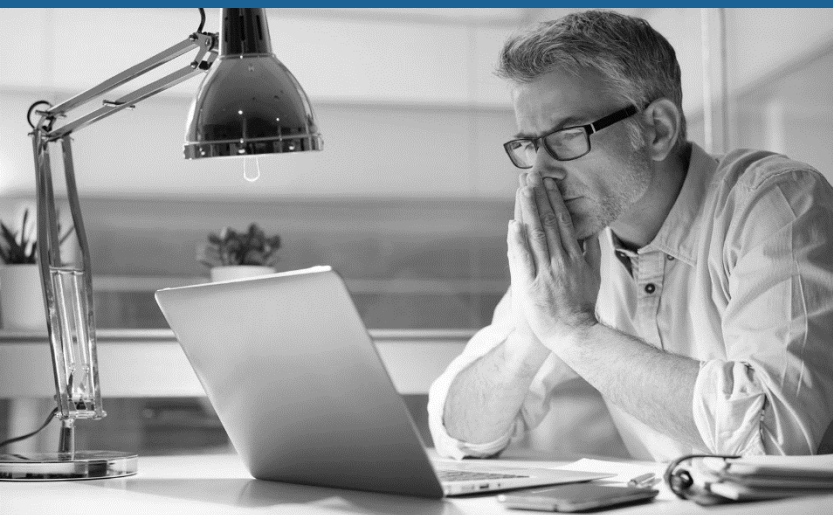




LIEBER FITNESS ALS KRISE IN IHREM UNTERNEHMEN

Erfolge statt Risiken

Whitepaper 1/2022



INHALT

KOMPLEXE SCHWIERIGKEITEN LÖSEN.....	2
1. KRISEN UND MANAGEMENT	3
2. KRISENBEWÄLTIGUNG.....	6
3. WO STEHT IHR UNTERNEHMEN	8
4. RISIKO FRÜH ERKENNEN	8
5. RISIKOFRÜHERKENNUNGSTREPPE	9
6. REGELMÄßIGER MANAGEMENTPROZESS.....	9
7. DOING IN DER FRÜHPHASE EINER UNTERNEHMENSKRISE.....	11
8. SOFORTMAßNAHMEN	11
9. FITNESS STATT UNTERNEHMENSKRISEN	14
10. WIR HELFEN IHNEN WEITER	16

Komplexe Schwierigkeiten lösen

Jeder Unternehmer hat in seiner Laufbahn irgendwann Schwierigkeiten zu überwinden. Wenn sie in der Lage sind, komplexe Schwierigkeiten zu lösen, dann gibt es keine Hindernisse, erfolgreich zu sein. Deshalb ist es wichtig, Fähigkeiten zu entwickeln, Krisen frühzeitig zu erkennen und zu beseitigen sowie im Falle einer Krise, diese möglichst rasch zu bewältigen. Holen sie sich Unterstützung dazu. Dies ist kein leichtes Unterfangen und erfordert Fingerspitzengefühl und Sachverstand, den sie als Unternehmer unbedingt aufbauen, weiterentwickeln oder von extern dazu holen sollten.

Nachfolgend stellen sie sich vor, sie wachen morgens auf und ihr Unternehmen befindet sich in einer existenzbedrohlichen Krise. Sie haben es nicht kommen sehen. Es ist unerheblich, ob das Krisenereignis plötzlich kommt oder sich schon über längere Zeit abgezeichnet hat. Entscheidend ist, dass sie die Krise als Krise erkennen und entsprechend zügig und entschlossen reagieren. Wie handeln sie? Hierzu bieten wir ihnen eine Hilfestellung an in diesem Whitepaper.

1. Krisen und Management

Ihr Steuerberater oder ihr Buchhalter sagt ihnen beispielsweise, es gibt Probleme. Sie müssen sich sofort darum kümmern. Es ist höchste Eile geboten. Im Termin sagt man ihnen gegebenenfalls etwas aus dieser Liste:

- Umsätze sind signifikant gesunken
- Große Forderungen sind ausgefallen
- Kunden sind vom Vertrag zurückgetreten
- Liquidität reicht nur noch kurze Zeit
- Langjährige Lieferanten müssen plötzlich mit Vorkasse bezahlt werden
- Rechnungen werden unpünktlich bezahlt
- Stammkunden wandern ab
- Rohstoffe / Vorprodukte sind nicht verfügbar
- ...

Sie schauen die Details an und versuchen herauszufinden, warum das so ist.



Es gibt vielfältige Gründe, warum ein Unternehmen in eine Krise gerät. Die Gründe sind so vielfältig, dass sie hier nicht alle aufgezählt werden können. Aber mit ein wenig Sachverstand können sie die Liste mit ihren Gründen verlängern und somit auf die Unternehmenssituation anpassen:

- Kunden bleiben plötzlich weg
- Produkte werden nicht mehr nachgefragt
- Verkaufszahlen gehen zurück
- Der Markt hat sich verändert
- Starke Wettbewerber
- Änderungen in der Produktion
- Änderungen im Vertrieb
- Gesetzesänderungen
- Rezession
- Inflation oder Deflation
- Unangepasste Strategien
- Unzureichendes Finanzmanagement
- Betriebsunfall
- Kündigungswelle
- Leitbild des Unternehmens wird von Mitarbeitern, Managern oder Eigentümern nicht beachtet
- Wenige neue Produkte
- Ineffiziente Prozesse
- Gesellschafter und Geschäftsführung haben in Geschäftsstrategie keine gemeinsame Vision
- Gesellschafter steigt aus
- Geschäftsführer weiß nicht, was im Unternehmen passiert
- Falsche Investitionsentscheidungen
- Einstellung von falschen Mitarbeitern
- Langsame Entscheidungsprozesse
- ...

Grob unterscheidet man zwei Kategorien von Krisenauslösern:

- Externe Ursachen (Konjunktur, Kaufverhalten, Kaufkraftänderung)
- Interne Ursachen (Unternehmer, Unternehmensplanung, Unternehmensführung, Unternehmensfinanzierung, Unternehmenspartner)

Je weiter eine Krise voranschreitet, desto gefährlicher ist sie für das Unternehmen.

Wenn es aber einmal so weit ist, klassifizieren sie die Krisenproblem anhand folgender Punkte:

- Strategische Krise: Anpassung der Geschäftsmodelle (neue Vertriebswege etablieren, neue Märkte erschließen, Produktsortiment erweitern, wesentliche technische Änderungen)
- Erfolgskrise: Beseitigung operative Engpässe (Verkaufspreise anpassen, günstigere Einkaufsquellen erschließen, Produktion optimieren, Marketing verbessern etc.)
- Liquiditätskrise: Liquiditätszuflüsse kurzfristig sicherstellen (Sofortmaßnahmen Investitionsstopp, Factoring, Leasing, Finanzierungsmaßnahmen etc.)



In der Phase der Krise ist wichtig zu erkennen, in welchem Krisenstadium sich das Unternehmen befindet. Man kann grob sagen, dass sich Unternehmenskrisen an folgenden Ablauf halten:

- Stakeholderkrise: Leitbild des Unternehmens wird von Mitarbeitern, Managern oder Eigentümern zunehmend missachtet.
- Strategiekrise: Geschäftsstrategie funktioniert nicht mehr. Mitbewerber setzen sich durch.
- Absatzkrise: Produkte können nicht mehr effizient abgesetzt werden.
- Ertragskrise: Umsätze sinken durch weniger Menge und auch durch geringere Preise. Geringere Umsätze schlagen sich auf das Ergebnis nieder und die Rentabilität sinkt. Die Sanierungsfähigkeit des Unternehmens sinkt und die Insolvenzgefährdung steigt.
- Liquiditätskrise: Schlechte Ergebnisse lassen die Finanzmittel des Unternehmens in der Krise knapp werden. Die Zahlungsunfähigkeit wird zur Gefahr für das Unternehmen. Die Insolvenzgefährdung ist hoch.
- Rohstoffkrise: Vorprodukte / Rohstoffe können nicht beschafft werden bzw. haben sich durch Verknappung so stark verteuert, dass der Absatz durch erhöhte Preise signifikant zurückgeht.

Siehe hierzu auch die Früherkennungstreppe in Abschnitt 5.

2. Krisenbewältigung

Wenn Geschäftsziele so stark verfehlt werden, dass die Existenz des Unternehmens bedroht ist, befinden sie sich in der Phase der Krise, Details siehe Abschnitt 1. Hier unterscheidet man zwischen 4 Lösungsmöglichkeiten:

- Restrukturierung: Bewältigung durch finanzielle, strukturelle oder strategische Änderungen
- Sanierung: Beseitigung einer Liquiditätskrise durch solides Sanierungskonzept. Anwendung idealerweise bevor der Liquiditätsengpass auftritt.
- Unternehmensverkauf: Teile oder gesamtes Unternehmen an ein Unternehmen weiterverkaufen, welches das Geschäft besser führen kann

oder mit anderen Geschäftsarten optimieren kann. Umsetzung mit M&A Spezialisten.

- Insolvenzverfahren: Wird angewendet bei Überschuldung oder Zahlungsunfähigkeit. Dies muss zeitnah geschehen mit 3-wöchiger Zeit zur Abstellung des Engpasses. Dies ist ein geordnetes Verfahren zur Abwicklung des Unternehmens oder zur Hebung des Sanierungspotenzials insbesondere bei Insolvenz in Eigenverwaltung.

Für jeden dieser Punkte kann man mehrere Bücher, zahlreiche Abhandlungen oder eine Vielzahl an Artikeln oder Whitepapers schreiben, um dem Thema vollumfänglich gerecht zu werden. Wir konzentrieren uns im Folgenden auf die Listung der Möglichkeiten, denn wir wollen hier einen Überblick geben.

Wenn sie eine der Lösungsmöglichkeiten als Projekt wählen, dann packen sie das professionell und strukturiert an. Erfahrung ist hier von Vorteil, um eine erfolgreiche Krisenbewältigung zu schaffen. Strukturiertes Vorgehen ist ein absolutes Muss. Schnelligkeit und Effizienz ist der Schlüssel zum Erfolg.

Wenn Krisenmanager ans Werk gehen, schauen sie sich folgende Punkte an:

- Müssen neue Produkte entwickelt werden?
- Muss Controlling und Rechnungswesen optimieren werden?
- Sind Kundenmeinung vorhanden?
- Stimmen Preis- und Serviceleistungen?
- Müssen neue Märkte und Geschäftsbeziehungen erschlossen werden?
- Muss die Unternehmensstrategie überprüfen und neu ausgerichtet werden?
- Müssen kostenintensive Aufträge oder Bestellungen storniert werden?
- Ist Notfallvorsorge eingerichtet? (Vollmachten, Notfallplanung, etc.)
- Sind Krisenfrühwarnsystem eingeführt – werden Risiken rechtzeitig erkannt?
- Gibt es nicht betriebsnotwendige Vermögenswerte?

Ein Patentrezept als Ausweg aus einer Unternehmenskrise gibt es nicht. Sie müssen sehr spezifisch auf ihr Unternehmen schauen und die richtigen Schritte einleiten bzw. ein passendes Team dafür einsetzen.

Unternehmenskrisen sind keine Einzelfälle. PWC veröffentlichte in einer Studie, dass mehr als 3 von 5 Unternehmen in den letzten 5 Jahren eine Krisenphase durchlebt

haben. Das heißt, der Umgang mit Krisen sollte im Bewusstsein von Unternehmenslenkern vorhanden sein. Die Wahrscheinlichkeit, in den nächsten 5 Jahren mit einer Krise konfrontiert zu werden, beträgt also mehr als 60%. Wenn sie sich mit den Bewältigungsmethoden beschäftigen, dann sind sie für die nächste Krise gut gerüstet. Wenn sie sich aber proaktiv regelmäßig um die Beseitigung von Krisenfaktoren kümmern, dann ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass sie nicht zu den Krisenfällen dazugehören werden. Damit das nicht passiert, lesen sie am besten die nächsten Abschnitte als Selbsthilfe genau durch und handeln danach.

3. Wo steht ihr Unternehmen

Das wichtigste ist, dass sie als Unternehmer oder Geschäftsführer genau wissen, wo sie stehen. Dies ist unabhängig von Krisen die beste Methode, um die nächsten richtigen Schritte zu gehen. Und sie sollten ihre Unternehmensziele definieren und kennen. Sie müssen sich im Klaren sein, wo die Chancen und Risiken liegen. Alle Risiken können durch eine vernünftige Planung und Betriebsführung entweder verringert oder vermieden werden. Damit komme ich aber wieder darauf zurück, daß sie die unternehmensspezifischen Risiken kennen sollten, und zwar sehr zeitnah.

4. Risiko früh erkennen

Erkennen sie unternehmerische Risiken systematisch möglichst früh und beseitigen oder reduzieren diese. Kennen sie ihren Handlungsspielraum! Wenn dieser immer kleiner wird, dann handeln sie umgehend. Falls sie das nicht tun sollten, werden sie von einer Krise überrascht und sie können nur noch reagieren, anstatt zu agieren. Damit wären wir beim bösen Erwachen aus dem einführenden Abschnitt.

Folgende Dinge sollten sie tun, um im Driver-Seat zu bleiben:

1. Kontinuierlich Informationen beschaffen zu aktuellen Markt- und Wettbewerbsbedingungen
2. Eine systematische Unternehmensplanung erstellen und deren realistische Umsetzung validieren (Controlling)
3. Zeitnahe und aussagekräftige Buchhaltung etablieren. Betriebskennzahlen kennen und interpretieren.

4. Immer wieder das Unternehmen prüfen, ob sich eine Krise abzeichnet und entsprechende Maßnahmen einleiten, siehe dazu auch folgende Abschnitte.

5. Risikofrüherkennungstreppe

Ein Instrument zur Früherkennung von Unternehmensrisiken ist die so genannte Früherkennungstreppe. Die Treppe steigt hinab, bis im Keller die Unternehmenskrise eintritt.

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Früherkennung: | Haben sie neue Geschäftsideen? |
| | Haben sie neue Produkte/Dienstleistungen? |
| | Haben sie genug Kunden gewonnen? |
| 2. Späterkennung: | Ist ihr Betriebsergebnis wirklich gut? |
| | Steigt ihr Umsatz? |
| | Haben sie die Kosten im Griff? |
| 3. Sehr Späterkennung: | Gibt ihnen die Bank noch Geld? |
| | Reichen die flüssigen Finanzmittel noch aus? |
| | Räumen die Lieferanten noch Kredit ein? |

Auf dieser Treppe dürfen sie sich laufend von oben nach unten durcharbeiten, möglichst, ohne mit Nein antworten zu müssen. Wenn die Neins in der Späterkennung auftauchen, dann sind sie bereits in der Krise. Also oben bleiben ist angesagt.

6. Regelmäßiger Managementprozess

Was sie im Abschnitt 5 erfahren haben, können sie in diesem Abschnitt als regelmäßigen Prozess etablieren. Machen sie sich einen Serientermin monatlich bis vierteljährlich mit sich selbst, einem externen Berater oder ihrem Managementteam, um sich über den Stand des Unternehmens auszutauschen.

Der nächste Schritt bei der Etablierung ist, dass sie dafür sorgen, dass regelmäßige Berichte zu den jeweiligen Kennzahlen erstellt werden, so dass sie die Lage ihres Unternehmens beurteilen können. Was sind genau die relevanten Kennzahlen, um den Betrieb zu führen? Was ist die wichtigsten Kennzahlen, an der sie alles ausrichten (Nordstern)?

Zu den klassisch allgemeinen relevanten Kennzahlen gehören:

- **Eigenkapitalquote** (mindestens 10%, westdeutscher Durchschnitt mindestens 20%)
Drückt aus, wie viel Kapital aus Eigenkapital besteht.
- **Kapitalrückflussquote** (mindestens 4%)
Drückt die Ertragskraft des Unternehmens aus und zeigt, welcher Einnahmeüberschuss mit dem eingesetzten Kapital erwirtschaftet werden kann.
- **Umsatzrendite** (je nach Branche unterschiedlich, mind. 1%)
Drückt aus, wie viel Prozent des Umsatzes als Gewinn übrigbleibt.
- **Cash Flow Marge** (2%)
Der Cash-flow bzw. der Geldzufluss definiert den Einnahmenüberschuss innerhalb eines bestimmten Zeitraums und beschreibt unter anderem die Finanzkraft eines Unternehmens. Er berechnet sich aus Jahresüberschuss + Abschreibungen + Erhöhungen der langfristigen Rückstellungen. Die Summe der Cash-flows in der Vergangenheit ist der Kassenbestand.
- **Dynamischer Verschuldungsgrad**
Der dynamische Verschuldungsgrad gilt als Indikator für den Zeitraum, den ein Unternehmen zur Tilgung einer aktuellen Schuld allein aus dem Cash-Flow benötigen würde. Vorausgesetzt, der Cash-Flow wird nur zur Tilgung der Verbindlichkeiten genutzt.

Benutzen sie die Bilanzkennzahlen als Warnsignal für ihr Unternehmen. Kritisch wird es, wenn eines der relevanten Kennzahlen auf Rot springt. Sehr kritisch wird es, wenn es Probleme bei Cash-Flows gibt bzw. die Kennzahlen dann im Rudel auf Rot springen.

Die spezifischen Kennzahlen ihres Unternehmens sollten sie selbst entwickeln und anwenden. Dazu gehören Entwicklungs-, Produktions-, Vertriebs-, Kundenzufriedenheits-, Service-, Wettbewerbs- und Personalkennzahlen. Auf die richtigen Kennzahlen kommt es an.

7. Doing in der Frühphase einer Unternehmenskrise

Falls sie erkennen sollten, dass sie sich in der Frühphase einer Krise befinden, nutzen sie ihren Handlungsspielraum und kümmern sich um folgende Aufgaben:

- **Produkt- und Dienstleistungsanalyse:**
Schaffen sie ein Werkzeug wie z.B. eine Kostenrechnung und finden sie heraus, was sie für jedes einzelne Produkt bezahlen. Trenne sie sich von kostenintensiven Produkten. Prüfen sie anschließend ihre materiellen und personellen Ressourcen und leiten entsprechende Änderungen ein. Beispielsweise bei gut geführten Einzelhändlern kommen alle Produkte mindestens 2 mal pro Jahr auf den Prüfstand.
- **Konsolidierung erfolgreicher Produkte:**
Stellen sie sicher, dass die erfolgreichen Produkte sich auf den Märkten behaupten. Prüfen sie die jeweiligen Kosten, senke diese und bauen entsprechende Wettbewerbsvorteile aus.
- **Adaption von Marketing- und Vertriebskonzept:**
Setzen sie die verfügbaren und notwendigen Mittel so ein, dass die Wettbewerbsvorteile in das richtige Licht gerückt werden, so dass neue Kundengruppen erschlossen werden und bestehende Kunden gehalten werden.
- **Produktmix:**
Erweitern sie die Produktpalette und erschließen sie neue Märkte. Damit wird das Risiko diversifiziert. Ein Rückschlag in einem Produktbereich führt nicht unmittelbar zu einer existenzgefährdeten Krise.

Nehmen sie diese Aufgabe auch in ihren regelmäßigen Managementprozess aus Abschnitt 6 auf.

8. Sofortmaßnahmen

Sofortmaßnahmen können helfen, eine drohende Zahlungsunfähigkeit zu vermeiden und Zeit zu gewinnen, um eine Restrukturierung oder Sanierung zu planen:

- Bringen sie eine Bareinlage in ihr Unternehmen ein. Möglicherweise ist es ihnen möglich, einen stillen Gesellschafter einzuwerben oder bestehende Beteiligungen zu erhöhen.
- Verkaufen sie Betriebsvermögen, das nicht unbedingt benötigt wird! Dabei gibt es bei Immobilien z.B. auch so genannte Sale-and-Lease-Back-Lösungen.
- Treiben sie ausstehende Forderungen ein und nutzen dafür ggf. auch Inkasso-Firmen. Verkürzen sie die Zahlungsziele. Schaffen sie ggf. Anreize für schnelle Zahlungen (Skonto)!
- Zögern sie Zahlungen so lange wie möglich hinaus, aber nicht zu lange.

Bedenken sie, dass diese Maßnahmen schnell angepackt werden müssen. Bis auf die Bareinlage müssen alle Maßnahmen vorbereitet werden und brauchen Vorlauf, bis sie Wirkung zeigen.

Kurzfristiges Ziel: Liquiditätsverbesserung

- Bitten sie ihre Kreditinstitute und ihre Lieferanten um etwas Geduld! Sprechen sie offen mit ihnen über ihre Situation! Schaffen sie dabei Vertrauen!
- Versuche sie mit ihren Kreditinstituten einen günstigeren Kreditrahmen auszuhandeln. Bedenken sie dabei, dass das Kreditinstitut darauf achtet, dass ihr Geschäftsmodell zukunftsfähig ist. Das gelingt ihnen am besten, wenn sie ein aussichtsreiches Restrukturierungs- oder Sanierungskonzept vorlegen können.
- Treten sie Forderungen ggf. an ein Factoring-Unternehmen ab! Dies setzt allerdings eine bestimmte Forderungsstruktur und meist einen hohen Forderungsumfang voraus.
- Besprechen sie die Situation ggf. mit den Mitarbeitern. Besteht die Bereitschaft, bei den Gehältern Zugeständnisse zu machen? Würden die Mitarbeiter eine Verzögerung von Gehaltszahlungen akzeptieren?

Achtung! Vernachlässigen sie bei einer Entspannung der Lage nicht die langfristige Sicherung des Unternehmens!

Mittelfristiges Ziel: Stabilisierung des Unternehmens

- Überprüfen sie das Unternehmenskonzept und passen es ggf. den Marktgegebenheiten an.
- Passen sie die Kosten der Unternehmenssituation an.
- Sorgen sie für eine effektivere Organisation des Unternehmens.
- Bauen sie ein effizientes Mahnwesen auf.
- Zahlen sie den Mitarbeitern leistungsbezogene Löhne und Gehälter.

Langfristiges Ziel: Möglichkeiten zur Stärkung des Unternehmens

- Prüfen sie ggf. eine Änderung der Unternehmens-Rechtsform!
- Suchen sie neue Gesellschafter.
- Gliedern sie Unternehmensteile aus oder lege die bisher getrennten Unternehmensteile zusammen.
- Suchen sie einen günstigeren Standort.
- Entwickeln sie neue Produkte, Programme, Sortimente.
- Erschließen sie neue Märkte.
- Führen sie moderne Produktionstechnologien oder Informationstechnologien ein, die langfristig Kosten einsparen.
- Treffe Make-or-Buy-Entscheidungen (selbst Produzieren oder Dazukaufen).

Fehler und Probleme bei der Sanierung

- Die verbreitete Einstellung, die Sanierung habe ohnehin keine Aussicht auf Erfolg, führt dazu, dass die Sanierungsstrategien nicht entschlossen verfolgt werden.
- Es werden Sofortmaßnahmen ohne strategisches Konzept umgesetzt.
- Sanierungsmaßnahmen werden nicht komplett umgesetzt: Erste Maßnahmen führen zu Anfangserfolgen und entspannen vermeintlich die Situation. Die langfristige Sicherung tritt in den Hintergrund.
- Zu geringer Personalabbau oder die Entlassung von Mitarbeitern auf wichtigen Schlüsselpositionen führen nur zu kurzfristigen Erfolgen.
- Der einseitige Abbau von verlustbringenden Tätigkeiten führt meist nicht zur Überwindung der Krise. Der Ausbau zukünftig profitabler Bereiche wird vernachlässigt.

- Befürchtungen und Ängste des Personals führen häufig zum Boykott von Sanierungsmaßnahmen. Ursache hierfür sind meist Informationsdefizite.
- Ein toter Markt oder ein totes Produktkonzept lässt sich nicht sanieren.

9. Fitness statt Unternehmenskrisen

Kümmern sie sich vorrangig um Fitness, statt auf die nächste Unternehmenskrise zu warten. Das können sie selbst tun:

- Lernen sie ihr Unternehmen in allen Bereichen kennen
- Investieren sie Zeit in Gespräche zu Strategie und Trends
- Erstellen sie eine gute operative Planung
- Handeln sie schnell
- Meistern sie kleine Krisen, dann können sie auch große Krisen meistern
- Arbeiten sie mit ihren Partnern eng zusammen
- Holen sie Profis an ihre Seite, die so denken

Benutzen sie Methoden der Risikofrüherkennung und Methoden zur Eliminierung der Risiken in den Abschnitten 3 bis 7 in regelmäßigen Abständen selbst.

Hinweis: wir setzen auf bewährte Konzepte auf, nutzen etabliertes Wissen und nennen relevante Quellen. In diesem Whitepaper wurden Veröffentlichungen von folgenden Personen und Gesellschaften eingearbeitet:

- www.deutscheinterim.com Veröffentlichung zu Unternehmenskrise
- www.vr.de Veröffentlichung zu Unternehmenskrise
- IHK Rostock – Krisenmanagement
- www.lbbw.de – Artikel Unternehmen kommen gut durch die Krise
- www.wikipedia.org – Unternehmenskrise
- IHK München – Krisenmanagement neu
- www.digitalimpactlabs.de – Unternehmen Krise Organisationsdesign
- PWC – Pressemitteilung 2021 – Nichts aus der Krise gelernt
- www.standard.de – Wie sich Unternehmen in der Krise neu erfinden
- KFW – Positionspapier
- www.ifo.de – Coronakrise Krisenmanagement und Zukunftsstrategien
- www.handelsblatt.com – Umfrage unter Führungskräften wie sich die Wirtschaft in der Krise spaltet

Bildquellen: Lizenziert über stock.adobe.com.

10. Wir helfen ihnen weiter

Wir sind die CFO Praxis. Gegründet in 2015 und mit mehr als 20 Jahren Berufserfahrung in leitenden Stellen in Finanzen und Geschäftsführungen sowie zahlreicher Projekte beraten wir praxisbezogen und setzen für sie Herausforderungen erfolgreich um. Wir kümmern uns um ihre kaufmännischen, strategischen und operativen Herausforderungen und bieten dazu Lösungen an, die für ihr Unternehmen passen. Oftmals klinken wir uns in ihr Team mit ein.

Die CFO Praxis unterstützt sie dabei, die richtigen Dinge richtig anzupacken. Wir können ihnen helfen, ihre Situation zu analysieren und Maßnahmen einzuleiten sowie Managementprozesse zu etablieren, so dass sie gar nicht in Krisen geraten. Wir sind geübt darin, Problembereiche zu erkennen und Lösungen zu etablieren. Unser Erfahrungsschatz kommt aus vielen Jahren praktischer Erfahrung aus CFO Positionen, Beratungsprojekten und Start-Ups, um die anstehenden Herausforderungen zum Erfolg zu verhelfen. Start-Ups sind eine Königsdisziplin, denn hier dürfen wir zu neuartigen Geschäften oft eine Wachstumsstrategie entwerfen und hierzu das passende Team, die richtige Finanzierung sowie die richtige Entwicklungs- und Marktstrategie entwickeln und umsetzen.

Wir bieten hierzu für Start-Ups, Mittelstand, Einzelunternehmer und insbesondere für ihre unternehmerische Situation die passende Lösung an. Melde sie sich bei uns. Wir erbringen unsere Leistung in Form von Beratung, Geschäftsführercoachings, CFO Service und CFO Interimsmanagement an.

Hier können sie Kontakt zu uns aufnehmen: <https://www.cfo-praxis.de/kontakt>

Wir wünschen guten Geschäfte und Allzeit viel Erfolg.

Euer Michael Scholvien

Geschäftsführer der CFO Praxis

