

Die Unternehmensnachfolge  
im Tourismus:

# HERAUSFORDERUNG ANGENOMMEN

13.09.2022



HANDELS-, INDUSTRIE-,  
HANDWERKS- UND LAND-  
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN  
UNTERNEHMENSNACHFOLGE

CAMERA DI COMMERCIO,  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI BOLZANO  
SUCCESSIONE D'IMPRESA

**brandnamic**  
gasser | oberhofer | prader

# Darf ich mich vorstellen?



**Michael Oberhofer**

Inhaber und Geschäftsführer  
Brandnamic GmbH



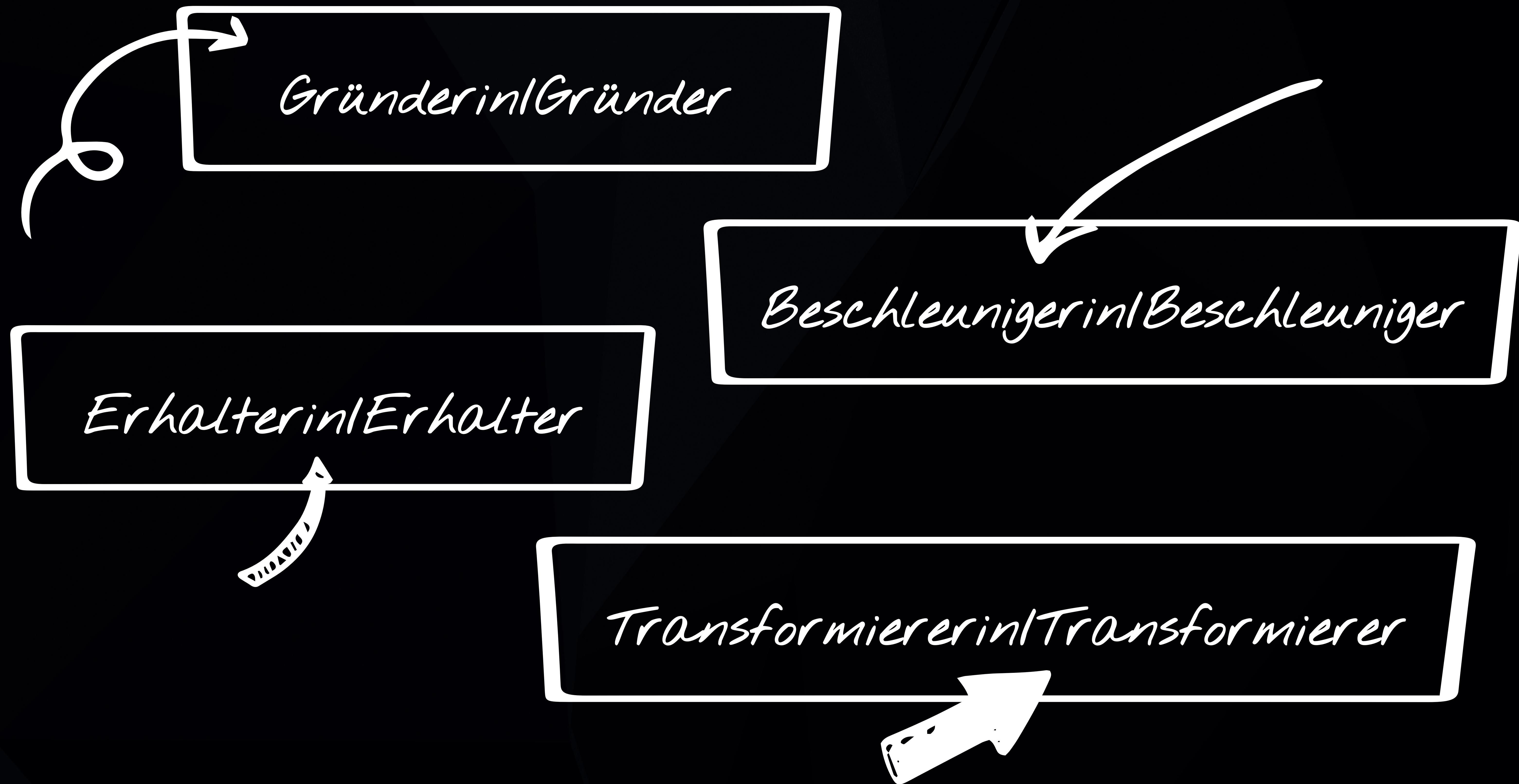
# ICH NEHME AN.





**Manche träumen.**  
**Manche handeln.**  
**Manche machen beides.**

Winston Churchill



A photograph of a man and a woman in a modern office environment. The man, on the left, has a beard and is wearing a light blue shirt and tie. The woman, on the right, has long brown hair and is wearing a dark blazer over a white shirt. They are both smiling and have their hands raised in a high-five gesture. In the background, there's a brick wall, some green plants, and a whiteboard with some writing on it.

**EINE ERFOLGREICHE  
BETRIEBSÜBERNAHME  
IST KEINE SELBSTVERSTÄNDLICHKEIT.**





Gute Planung

Hohe Leistungs- und  
Arbeitsbereitschaft

# Zentrale Fragen

- + Welche Absichten verfolge ich? Was treibt mich an?
- + Stimmen meine Motive und Leitbilder mit denen der übergebenden Generation überein?
- + Was wünschen sich die Übergeberin und der Übergeber?
- + Ist die gewählte Übergabeform für mich geeignet?

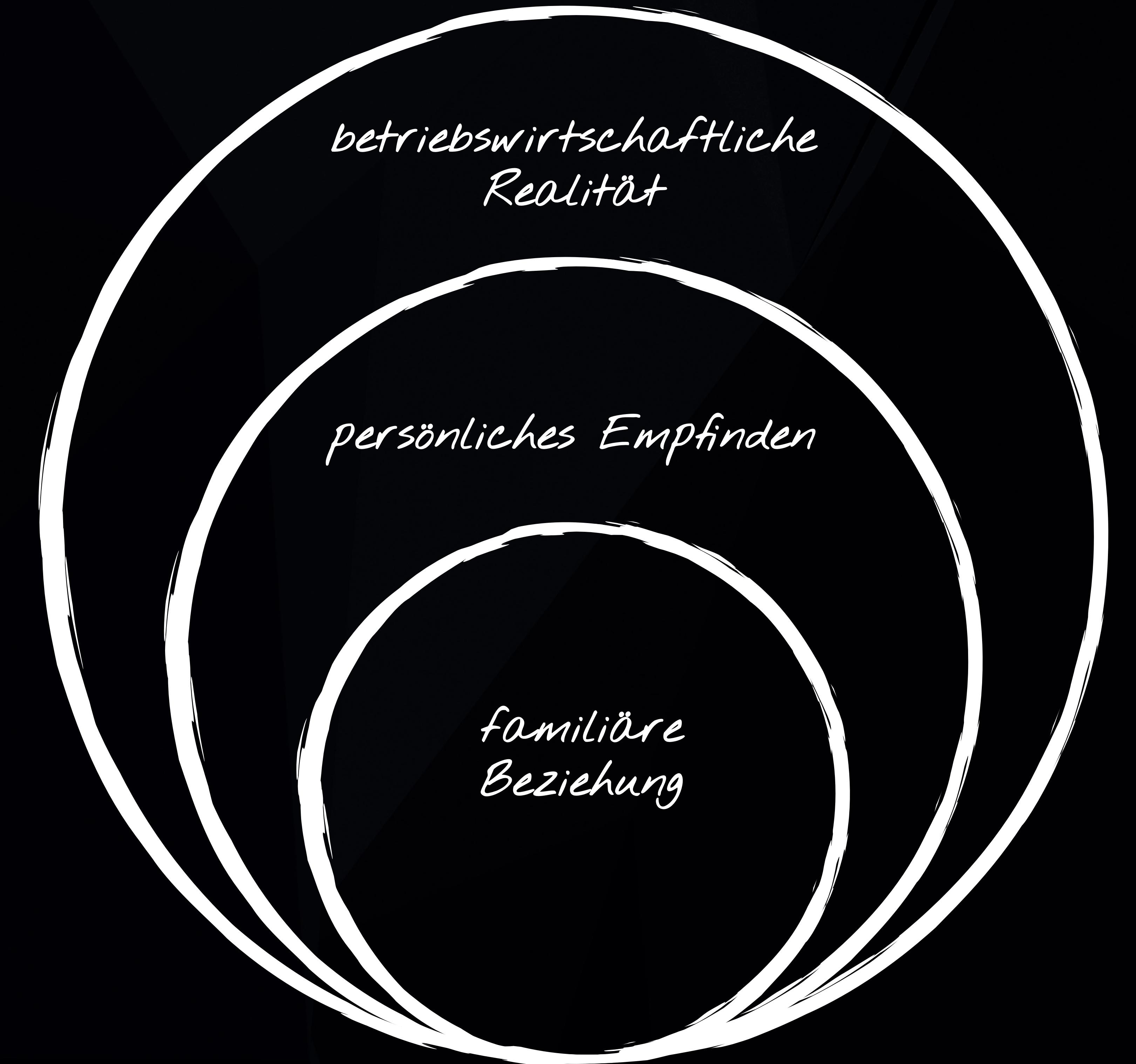
# IST DIE FINANZIERUNG GESICHERT?



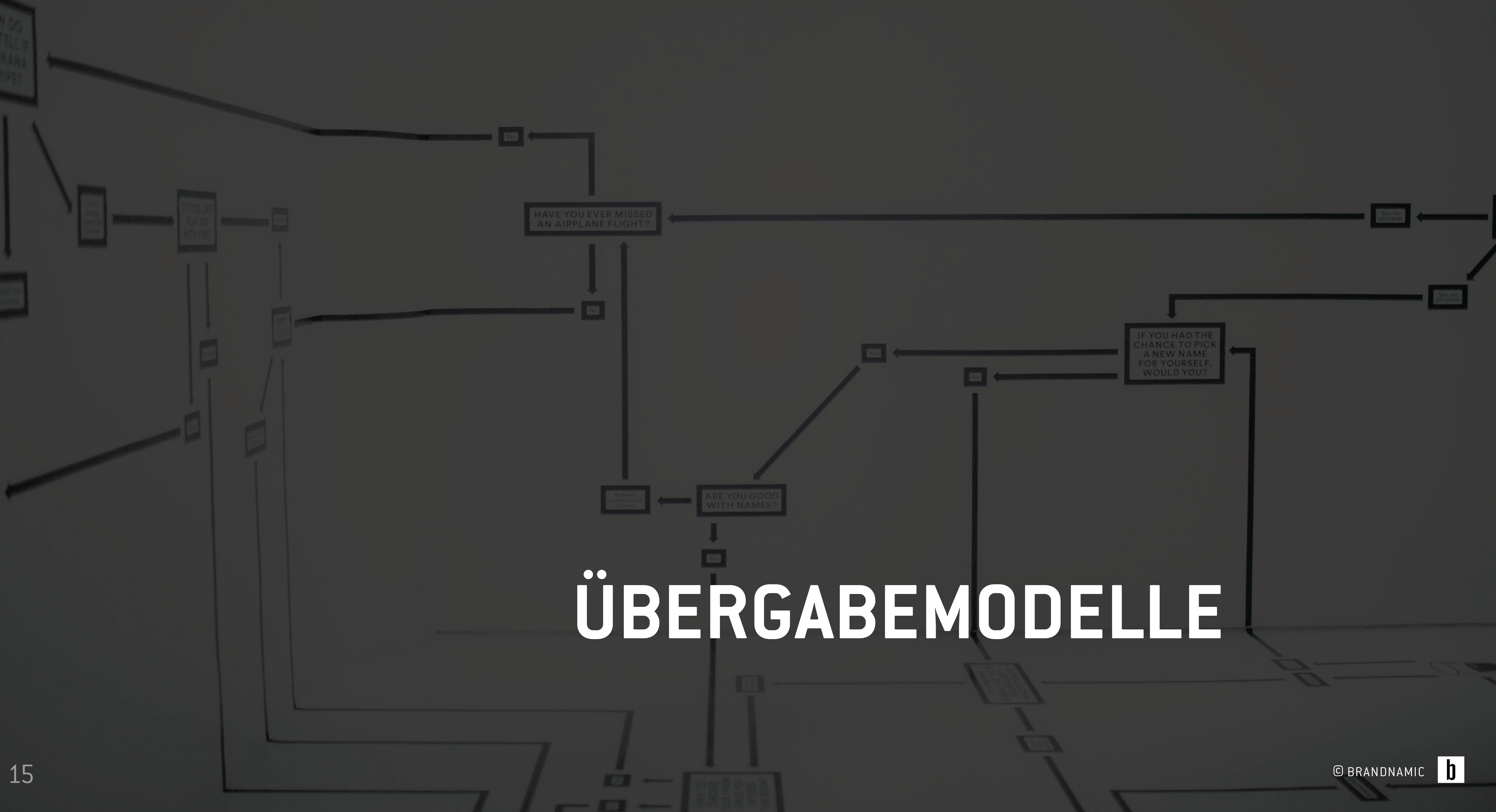
# Finanzierung







# ÜBERGABEMODELLE



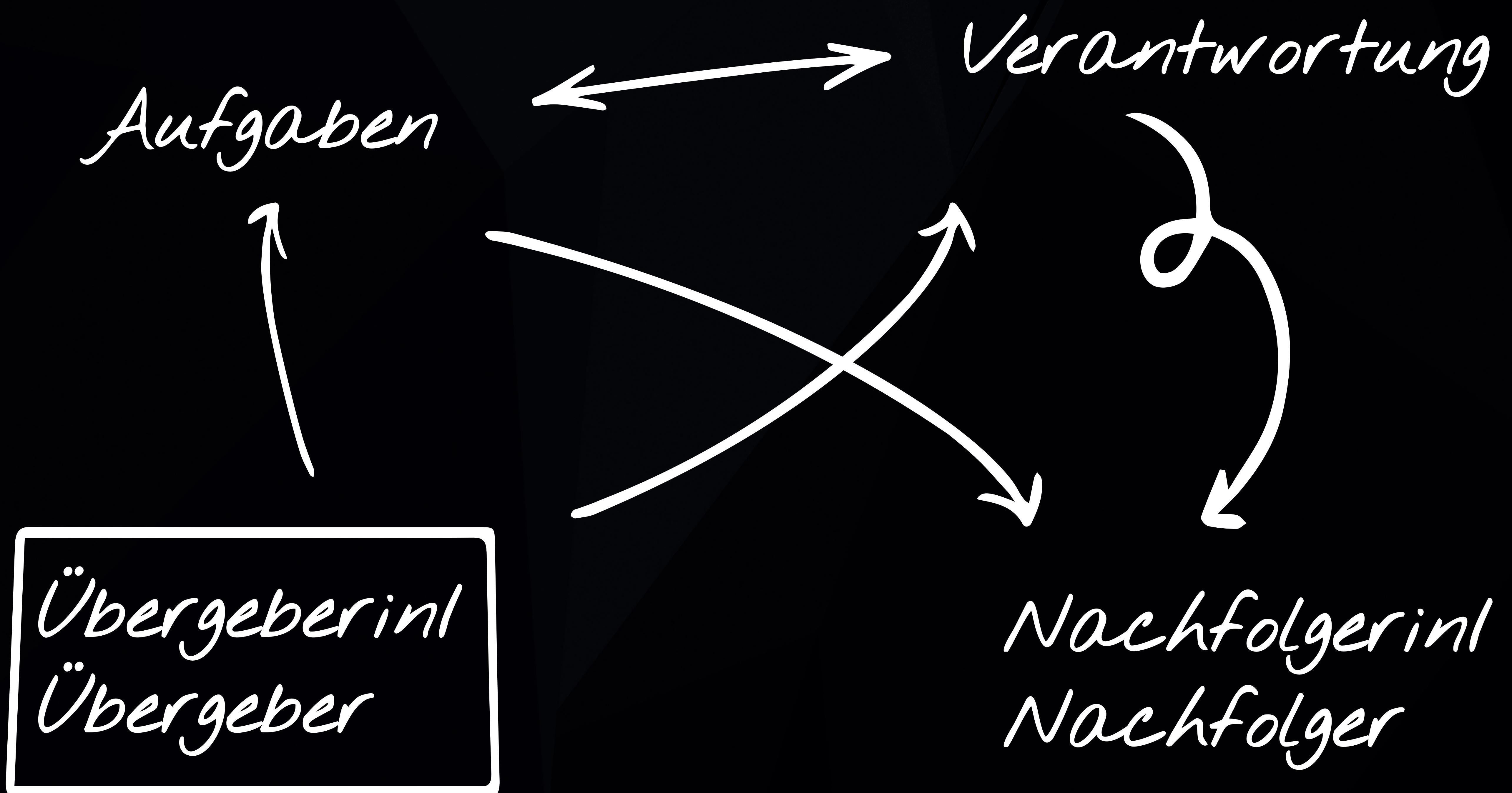
# SCHENKUNG VERERBUNG





## FAMILIENFREMDE NACHFOLGENDE

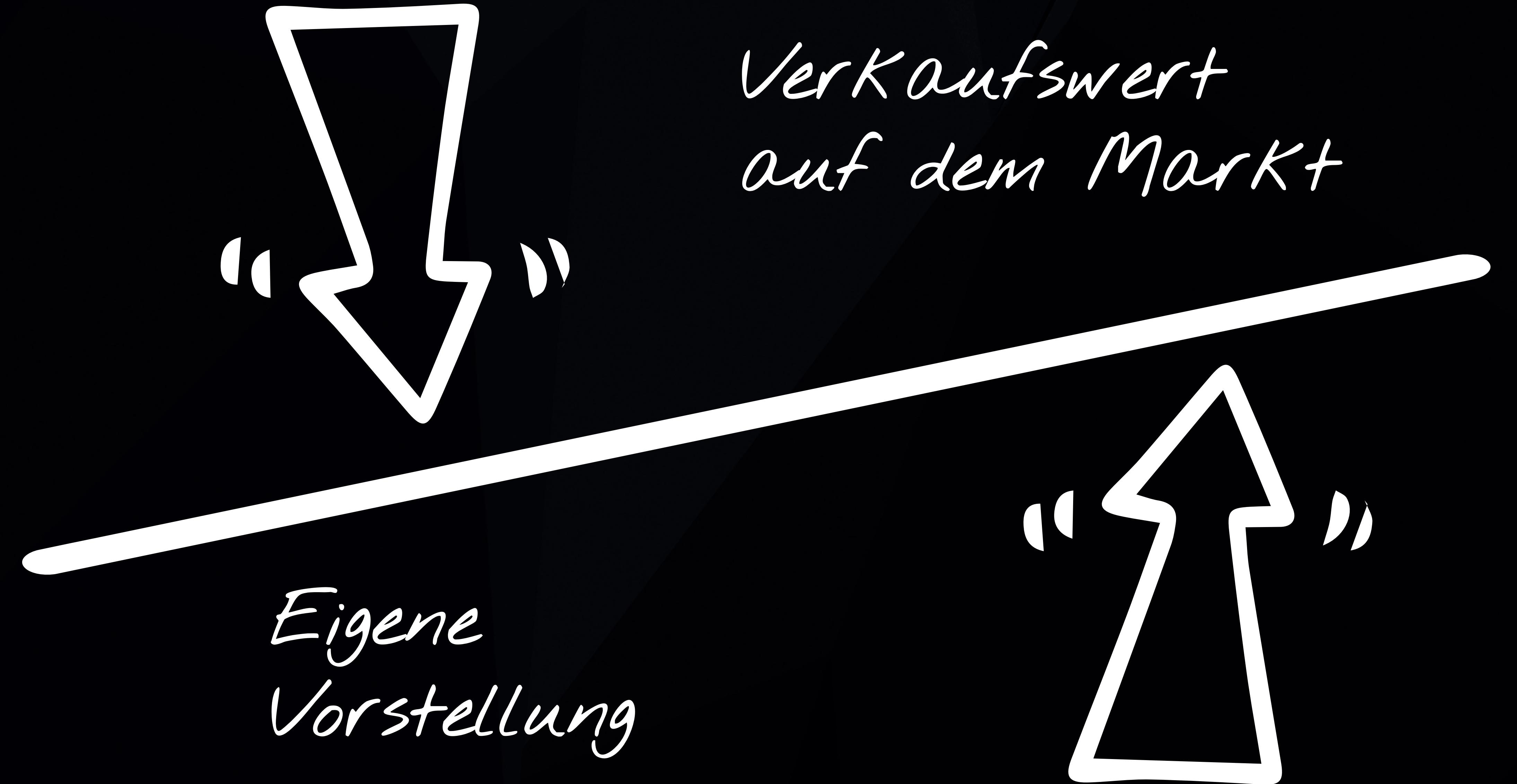
- + Verkauf | Verpachtung
- + Management-buy-in  
Management-buy-out







# UNTERNEHMENS- BEWERTUNG



# Discounted-Cashflow-Methode

- + Unternehmenswert hängt von künftig möglichen Überschüssen und Cashflows ab.

Wen hole ich  
mit an Bord?



# SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG



# Kommunikation

- + Im Dialog
- + Keine Tabus: Wovor habe ich Angst? Was wünsche ich mir?
- + Keine Angst vor Konfliktgesprächen
- + Keine unausgesprochenen Erwartungen (Gedankenlesen)

**KOMMUNIKATION AN  
STAKEHOLDERGRUPPEN  
NICHT VERGESSEN!**



# KLARER FAHRPLAN FÜR DIE ÜBERGABE

# EINDEUTIGE KOMPETENZ- BEREICHE FESTLEGEN





PROZESS  
BEGLEITEN  
LASSEN

# BUSINESSPLAN ERSTELLEN





# FÖRDERUNGEN IN ANSPRUCH NEHMEN

# LEARNINGS

- + Übergabe ist immer ein individueller Prozess.

- + Übergabe ist immer ein individueller Prozess.
- + Es gilt rechtliche, steuerliche, betriebswirtschaftliche Aspekte zu bedenken.

- + Übergabe ist immer ein individueller Prozess.
- + Es gilt rechtliche, steuerliche, betriebswirtschaftliche Aspekte zu bedenken.
- + Immer auf emotionale und menschliche Seite achten

- + Übergabe ist immer ein individueller Prozess.
- + Es gilt rechtliche, steuerliche, betriebswirtschaftliche Aspekte zu bedenken.
- + Immer auf emotionale und menschliche Seite achten
- + Druck, den Anforderungen gerecht zu werden, ist groß.

- + Übergabe ist immer ein individueller Prozess.
- + Es gilt rechtliche, steuerliche, betriebswirtschaftliche Aspekte zu bedenken.
- + Immer auf emotionale und menschliche Seite achten
- + Druck, den Anforderungen gerecht zu werden, ist groß.
- + Zweifel an den eigenen Fähigkeiten sind okay.

- + Übergabe ist immer ein individueller Prozess.
- + Es gilt rechtliche, steuerliche, betriebswirtschaftliche Aspekte zu bedenken.
- + Immer auf emotionale und menschliche Seite achten
- + Druck, den Anforderungen gerecht zu werden, ist groß.
- + Zweifel an den eigenen Fähigkeiten sind okay.
- + Entscheidend sind gegenseitiges Vertrauen, klare Kommunikation und ein gemeinsames Ziel: kein Konflikt.

- + Übergabe ist immer ein individueller Prozess.
- + Es gilt rechtliche, steuerliche, betriebswirtschaftliche Aspekte zu bedenken.
- + Immer auf emotionale und menschliche Seite achten
- + Druck, den Anforderungen gerecht zu werden, ist groß.
- + Zweifel an den eigenen Fähigkeiten sind okay.
- + Entscheidend sind gegenseitiges Vertrauen, klare Kommunikation und ein gemeinsames Ziel: kein Konflikt.
- + Es braucht vor allem eines: genügend Zeit.



# Sie haben Fragen?

**HERZLICHEN DANK  
FÜRS ZUHÖREN!**

**brandnamic**  
gasser | oberhofer | prader

#welovemarketing

hotel & destination marketing