

Unternehmensverkauf

10 Tipps für einen erfolgreichen Deal

10.10.17 | Autor / Redakteur: Stephan Jansen / [Georgina Bott](#)



Diese 10 Tipps sollten Sie kennen, bevor Sie einen Verkaufsvertrag unterschreiben. (Bild: CC0 / [CC0](#))

Ist die Entscheidung für einen Verkauf des Unternehmens erst einmal gefallen, gilt es, nach passenden Interessenten Ausschau zu halten. Wie Sie dabei am besten vorgehen, erfahren Sie hier.

Die meisten Firmeninhaber verkaufen nur einmal in ihrem Leben ein Unternehmen – wenn überhaupt. Entsprechend unerfahren sind sie im Gestalten eines solchen Prozesses. Deshalb hier einige Tipps, wie Sie den Verkauf Ihres Unternehmens rasch über die Bühne bringen und den optimalen Erlös erzielen.

1. Lassen Sie den Wert Ihres Unternehmens von einem Profi bestimmen

Firmeninhaber schätzen den Wert ihres Unternehmens oft falsch ein, denn: Was man über Jahrzehnte mit hoher Anstrengung erschaffen hat, kann man nur schwer objektiv beurteilen. Ein guter M&A Berater ermittelt den Firmenwert nicht nur anhand von „Deal-Multiples“ – also einem Vielfachen des Betriebsergebnisses oder der Umsätze. Er führt auch eine Discounted-Cash-Flow-Analyse (DCF), also eine Unternehmenswertanalyse durch, die auf den abgezinnten Zahlungsüberschüssen und auf dem Geschäftsplan für die nächsten fünf bis zehn Jahre basiert. So lässt sich die Erwartung sukzessiv der Realität annähern.

2. Planen Sie genügend Zeit für die Vorbereitung des Verkaufs ein

Damit ein Unternehmen optimal veräußert werden kann, müssen oft gewisse unternehmerische Faktoren optimiert werden. Dies geschieht nicht über Nacht. Zwei

bis vier Jahre Vorbereitungszeit, um zum Beispiel die Preisstrategien umzustellen, die Buchhaltung zu modernisieren oder das (Unternehmer-)Wissen an interne Führungspersonen weiterzugeben, sind keine Seltenheit. Doch selbst wenn ein Unternehmen bereits sehr gut aufgestellt ist, so dass es binnen weniger Monate veräußert und der Maximalerlös erzielt werden könnte, sollte der Verkaufsprozess akribisch vorbereitet werden. Sonst leidet zum Beispiel das Tagesgeschäft darunter, wenn in der „heißen Phase“ des Prozesses der Eigner und Schlüssel-Mitarbeiter plötzlich sehr gefordert sind – beispielsweise weil noch wichtige Informationen und Dokumente zu beschaffen oder zu erstellen sind.

3. Finden Sie den richtigen Partner für Ihren Veräußerungsprozess

Beim Verkauf eines Unternehmens geht es meist vor allem um die Wertmaximierung. Diese erreichen Sie alleine kaum. Denn die im Verlauf eines Verkaufsprozesses zu beachtenden Feinheiten sind so komplex und zahlreich, dass man sie nur mit Erfahrung meistern kann. Doch welcher Berater ist der Richtige? Wählen Sie einen erfahrenen Berater mit entsprechenden Referenzen. Fallen Sie nicht auf die Akquise-Tricks mancher Berater rein. Bei Aussagen wie

- „Ich kenne die Investorengruppe bereits, die hierfür Interesse hat“ oder
- „Ich habe gerade ein ähnliches Asset verkauft, weshalb eine langwierige Investorensuche nicht nötig ist“ oder
- „Wir haben ein Netzwerk an Interessenten, zu dem nur wir Zugang haben“

sollten Ihre Alarmglocken klingeln. Berater, die nicht in die Investorensuche investieren, sondern nur ihre Kontaktdatenbank abrufen, erreichen mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit keine Wertmaximierung für Sie.

4. Je größer das potenzielle Käufer-Universum ist, desto besser sind die Verkaufschancen

Eine schrittweise Kontaktaufnahme mit potenziellen Käufern verzögert den Prozess. Zudem birgt ein solches Vorgehen – bei dem zunächst die eine Gruppe potenzieller Käufer und dann die nächste angesprochen wird – die Gefahr, dass kein Bieter-Wettbewerb entsteht. Wer hingegen zeitgleich die verschiedenen Gruppen potenzieller Käufer kontaktiert und mobilisiert (im Idealfall international), der schafft den größtmöglichen Pool an Interessenten, aus dem er schöpfen kann. Zudem erreicht er, dass sich auch Interessenten melden, an die niemand dachte. Oftmals sind die Interessenten, die ungefragt auf den Verkäufer zukommen, diejenigen mit dem größten Interesse und geben das höchste Gebot ab.

5. Wählen Sie den richtigen Zeitpunkt für den Unternehmensverkauf

Sie kennen vermutlich den Spruch: „Wenn es am schönsten ist, sollte man aufhören.“ Er gilt auch für den Verkauf von Unternehmen. Wenn das Wachstum boomt und die Erträge Höchststände erreichen, ist operativ gesehen der ideale Zeitpunkt für den Unternehmensverkauf. Stimmt dann noch das Marktumfeld und ist der Verkauf bereits

vorgeplant (zum Beispiel durch das Entwickeln eines Nachfolgers des bisherigen Unternehmensführers), könnten die Bedingungen für ein Veräußern des Unternehmens nicht besser sein.

6. Erstellen Sie einen Business Plan, der den kritischen Augen von Investoren standhält

Investoren wollen sehen und verstehen, wie sich das Unternehmen und dessen Profitabilität (künftig) entwickeln werden. Machen Sie eine verständliche und nachvollziehbare Planung. Der Business-Plan ist das Herzstück bei den Gesprächen über die Werthaltigkeit eines Unternehmens. Kein Investor zahlt für historisch Erreichtes. Auf die künftige Entwicklung kommt es an. Angenommen Sie möchten nur einen Teilbereich Ihres Unternehmens verkaufen. Dann sollten Sie die Ausgliederung sorgsam planen. Zudem sollten Sie die Finanzdaten des Teilbereichs separieren, um aussagekräftige Auskünfte über dessen historische und künftige Entwicklung geben zu können.

7. Erstellen Sie einen übersichtlichen elektronischen Datenraum

Investoren möchten eine schnelle, übersichtliche Prüfung des Unternehmens durchführen können. Nur wer weiß, was zu welchem Zeitpunkt im Transaktionsprozess von Interessenten angefragt wird und was man dann zeigen sollte, kann eine Vorbereitung treffen, die eine schnelle Durchführung des Verkaufs unterstützt. Ein gut geplanter und komplettierter Datenraum erleichtert es, verschiedene Kauf-Interessenten im selben Zeitraum zu bedienen und einen kompetitiven Prozess zu schaffen, der den Kaufpreis maximiert.

8. Die Verhandlung mit dem potenziellen Käufer beginnt beim ersten Kontakt

Verhandlungen haben den größten Einfluss auf den Erfolg einer Transaktion; sie werden jedoch am wenigsten vorbereitet. Nicht jeder Manager oder Unternehmer kann einen M&A-Prozess verhandeln, selbst wenn er ansonsten zum Beispiel täglich Auftragsverhandlungen führt. Professionelle Investoren erkennen schnell, ob konkurrierende Interessenten involviert sind, und wie weit sie mit ihren Forderungen gehen können. Verhandlungen beginnen mit dem ersten Kontakt, bereits beim Vereinbaren der Vertraulichkeit. Wer nicht weiß, was bei Veräußerungen üblich und machbar ist, lässt viel Wert auf der Strecke liegen. Hinzu kommt: Für sich selbst verhandelt man in der Regel schlecht – speziell dann, wenn man emotional involviert ist. Doch auch die sogenannten Profis haben oft wenig Verhandlungsexpertise im M&A-Bereich. Lassen Sie sich deshalb Zertifikate und andere Nachweise zeigen, die belegen, dass Ihr Berater wirklich ein Verhandlungsexperte ist.

9. Bereiten Sie aussagekräftige Management-Präsentationen vor

Ein Unternehmensverkauf ist auch eine Marketingveranstaltung – jedoch sollte in ihr nicht der scheidende Gesellschafter die Hauptrolle spielen, sondern das Führungsteam, das bleibt. Gute Management-Präsentationen schaffen Vertrauen beim potenziellen

Käufer, beantworten den Großteil seiner Fragen und bieten den Führungskräften die Möglichkeit, sich zu zeigen und einen guten Erst- Eindruck zu hinterlassen. Das gelingt Unerfahrenen meist nicht auf Anhieb. Lassen Sie deshalb solche Präsentationen von beziehungsweise mit einem Profi begleiten, proben und optimieren.

10. Vergleichen Sie die Kauf-Angebote auf derselben Basis

Evaluieren Sie die erhaltenen Angebote sorgfältig, und bringen Sie diese auf dieselbe Basis, damit sie tatsächlich vergleichbar sind. So sollte man Zahlungen über einen größeren Zeitraum nicht mit einer Einmal-Zahlung bei Transaktionsabschluss gleichsetzen. Auch der Vergleich beispielsweise von Komplettverkäufen mit Teilverkäufen mit Eigenkapital-Einbringung in eine neue Gesellschaft will gut verstanden werden, damit man bei mehreren Optionen die beste auswählen kann. Welches das beste Angebot ist, hängt nicht nur von den Barwerten ab, die fließen, sondern auch von den Risiken, die im Verkaufsvertrag enthalten sind (zum Beispiel Garantien und Haftungen). Daher sollte ein Vergleich der wichtigsten Vertragspunkte der verschiedenen Angebote in die Evaluation einfließen.



Stephan Jansen ist geschäftsführender Gesellschafter der M&A- und PMI-Beratung Beyond the Deal Deutschland, Frankfurt. (Bild: PProfilBerater)

ÜBER DEN AUTOR

Stephan Jansen ist geschäftsführender Gesellschafter der M&A- und PMI-Beratung [Beyond the Deal Deutschland](#), Frankfurt. Das Beratungsunternehmen unterstützt vorrangig Mittelständler beim Kauf und Verkauf von Unternehmen und bei deren Integration.