

Seiler & Partner berät und vermittelt - vor dem Hintergrund langjähriger leitender Banktätigkeiten der Partner - seit 1989 beim Kauf und Verkauf sowie der Fusion von Unternehmen (Mergers & Acquisitions = M&A). Dabei sind wir auf kleine und mittlere Unternehmen in der Umsatzbandbreite von etwa € 5 Mio. (mindestens € 2 Mio.) bis € 50 Mio. (maximal € 100 Mio.) spezialisiert.

Mit diesem vierteljährlich erscheinenden Kurzbrief wollen wir Unternehmenseigentümer über wichtige Aspekte des Unternehmensverkaufs informieren.

Thema ist diesmal die Vorteilhaftigkeit des Agierens statt Reagierens beim Unternehmensverkauf.

Noch immer gibt es verkaufsbereite Unternehmer, die es vorziehen, sich von Kaufinteressenten ansprechen zu lassen und nicht von sich aus aktiv tätig zu werden. Was sie dabei - wohl in Ermangelung einschlägiger Vorerfahrungen - übersehen ist, daß sie solcherart eingeleitete Verhandlungen unvorbereitet antreten und dabei immer nur einem Kaufinteressenten gegenüber stehen. Sehr bald stellt sich dann heraus, daß ohne Verkaufsvorbereitung und ohne Wettbewerb unter mehreren Kaufinteressenten ein zufriedenstellendes Verkaufsergebnis im Sinne von Preis und Nebenbedingungen nicht erzielbar ist. Ein Käufer ist nur nämlich dann zu einer Transaktion und Honorierung einer ambitionierten Kaufpreisvorstellung bereit, wenn das „Investment“ transparent und attraktiv in Erscheinung tritt und er unter Wettbewerbsbedingungen abschließen muß.

Vor diesem Hintergrund ist gut nachzuvollziehen, daß optimale Ergebnisse nur mit einer aktiven und zielorientierten Vorgehensweise zu haben sind. „Agieren statt Reagieren“ muß die Devise heißen. D. h. man bereitet den Verkauf möglichst gut vor und setzt ihn unter Schaffung von Wettbewerbsdruck auf mehrere im Vorfeld „ausgesuchte“ Kaufinteressenten professionell um. Man behält so die Kontrolle über den Verkaufsprozeß und kann auf diese Weise unter verschiedenen Kaufinteressenten auswählen. Bei Zuhilfenahme eines M&A Profis darf vom Verkäufer erwartet werden, daß das Resultat durchaus um 30% über dem sonst erzielbaren Ergebnis liegen wird. Wenn es dann auch noch gelingt, einen ausländischen Käufer zum Abschluss zu animieren, gibt es nochmals einen „Preisaufschlag“ in Form einer „Eintrittsgebühr“ in den heimischen Markt.

Für Auswahl des M&A Intermediäres als Begleiter beim Unternehmensverkauf gilt, wie in anderen Beratungsbedarfssituationen auch: Man nimmt sich den besten, den man finden kann.

Zum Abschluss: Die Zeit für einen Unternehmensverkauf ist so gut wie schon lange nicht mehr. Das weltweit „ordentliche“ Wirtschaftswachstum, robuste Bilanzen, signifikante Kurssteigerungen an den Börsen und nicht zuletzt günstige Bankkredite haben das Interesse strategischer Käufer auch an kleinen und mittleren Unternehmen zunehmen und deren Bewertungen bzw. Kaufpreise deutlich ansteigen lassen. Beachtenswert ist auch der Anlagedruck, unter dem Finanzinvestoren mit ihren vollen Geldtöpfen stehen.

Für weitergehende Informationen steht Ihnen der Autor dieses Kurzbriefes gerne zur Verfügung.

Dr. Karl Seiler