

Seiler & Partner ist ein M&A Intermediär, dessen Partner - vor dem Hintergrund langjähriger leitender Banktätigkeiten - seit 1989 beim Kauf und Verkauf sowie der Fusion von Unternehmen (M&A = Mergers & Acquisitions) beraten und vermitteln. Dabei haben wir uns auf kleine und mittlere Unternehmen in der Umsatzbandbreite von etwa €5 Mio. (mindestens €2 Mio.) bis €50 Mio. (maximal €100 Mio.) festgelegt.

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

Thema ist diesmal die Preismaximierung beim Unternehmensverkauf.

Ein hoher Preis ist beim Unternehmensverkäufer häufig die erste Priorität. Um dieses Ziel zu erreichen, sind erstklassige Vorbereitung und eine gut überlegte Umsetzung des Verkaufsvorhabens vonnöten.

Zu einer erstklassigen Vorbereitung gehören das Verfassen eines ansprechenden Informationsmemorandums, die Erstellung einer realistischen d. h. möglichst marktorientierten Unternehmensbewertung und die umfassende Recherche des Marktes möglicher in- und ausländischer Käufer.

Nach Erledigung dieser „Hausaufgaben“ beginnt die Ansprache der im Vorfeld nach strategischen, geografischen und finanziellen Kriterien ausgewählten möglichen Käufer. Nun ist auch darüber zu entscheiden, in welcher Form der Verkaufsprozeß abgewickelt werden soll. Dabei bieten sich drei grundlegende Verkaufsformen an, die sich vor allem hinsichtlich der Ausprägung des Geheimhaltungsgrades des Vorhabens und der Preismaximierungsmöglichkeiten voneinander unterscheiden.

Zum einen kann die Verkäuferseite zielgerichtet mit einem bestimmten Interessenten exklusiv verhandeln. Das Verfahren der Einzelverhandlung gewährt dem Verkäufer ein Maximum an Vertraulichkeit und minimiert so das Risiko des Bekanntwerdens des Vorhabens. Andererseits besteht jedoch die Gefahr, daß aufgrund des fehlenden Wettbewerbs unter mehreren Käufern nicht ein maximaler Erlös erzielt wird oder es aus unvorhersehbarem Grund zu keinem Verkaufsabschluß kommt. Dazu diametral entgegengesetzt ist die klassische Auktion des Unternehmens. Diese ermöglicht die Ansprache einer großen Anzahl potentieller Käufer und damit die höchste Wahrscheinlichkeit der Preismaximierung für den Verkäufer. Dem ist jedoch entgegenzusetzen, daß die Bekanntmachung der Verkaufsabsichten an einen breiten Kreis möglicher Käufer das Risiko des Bekanntwerdens des Vorhabens deutlich erhöht und das Verfahren einen sehr hohen Vorbereitungs- und Koordinationsaufwand erfordert. Eine sinnvolle Lösung ist hier der Verkauf des Unternehmens im Rahmen einer kontrollierten Auktion. Sie kombiniert die Vorteile der Erlösmaximierung durch Wettbewerb zwischen mehreren potentiellen Käufern mit dem Vorteil eines hohen Diskretionsgrades. Denn im Gegensatz zur klassischen Auktion gelangen die Verkaufsabsichten nur an mögliche Käufer, die aller Voraussicht nach mit dem Verkaufskandidaten möglichst viel anfangen können.

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

Dr. Karl Seiler