

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

Thema ist diesmal das **Missverhältnis von Anspruch und Wirklichkeit**.

Der verkaufende Unternehmer geht beim Unternehmensverkauf immer wieder mit unrealistischen am Markt nicht durchsetzbaren Preisvorstellungen zur Sache. Man schätzt, dass dies bei weit mehr als der Hälfte aller Verkäufer (diesbezügliche Schätzungen liegen um die 70%) der Fall ist – mit der Folge, dass es zum vorschnellen Ende der Verhandlungen kommt. Als ebenfalls problematisch erweist sich eine zu niedrige Preisvorstellung (diese kommt zwar weniger oft vor, ist aber dennoch immer wieder anzutreffen) – denn es ist dann später praktisch unmöglich, den Preis wieder „nach oben zu bringen“. Am besten ist deshalb, im Rahmen der Verkaufsvorbereitungen eine marktorientierte Bewertung des Unternehmens vorzunehmen, daraus eine Bandbreite zwischen Mindestpreis („Schmerzgrenze“) und optimalem Preis („Wunschpreis“) abzuleiten und mit dieser in die Verhandlungen zu gehen.

Unabhängig von einem im Vorfeld ermittelten Wert eines Unternehmens gilt die Erfahrungstatsache, dass in letzter Konsequenz ein Unternehmen so viel wert ist wie der Preis, der dafür bezahlt wird. Da es sich bei Unternehmen regelmäßig um Unikate handelt, die Interessenslagen beim Verkäufer wie beim Käufer subjektiv und die Preisvorstellungen so gut wie immer konträr sind, spielt der Interessensgleichklang bzw. die Passform – oder anders ausgedrückt: der "strategische fit" – für das Zustandekommen eines „guten“ Preises eine herausragende Rolle. Das heißt für den Verkäufer, dass er den Käufer finden muß, der den maximalen Nutzen aus dem Objekt ziehen kann oder – in anderen Worten – mit dem zu verkaufenden Unternehmen "am meisten anfangen" kann. Nur dieser Käufer wird für eine ambitionierte Preisforderung des Verkäufers Verständnis aufbringen.

Vor dem geschilderten Hintergrund trifft der potentielle Verkäufer eine klare Verkaufsentscheidung, bereitet das Unternehmen gut für den Verkauf vor und versucht, den richtigen Käufer zu finden. Dabei ist das Hinzuziehen von sachkundigen und langjährig erfahrenen M&A Spezialisten (M&A Intermediären) wie Seiler & Partner mehr als ratsam. Diese beschäftigen sich ausschließlich mit der gegenständlichen Thematik und sehen den wichtigsten Teil ihrer Wertschöpfung darin, die qualifiziertesten Käufer an den Verhandlungstisch zu bringen und unter Wettbewerbsbedingungen „mit dem Besten zum bestmöglichen Preis“ abzuschließen. Sie werden auch Angebot und Nachfrage bei Unternehmen in der jeweiligen Branche sowie das richtige „Timing“ berücksichtigen und das nötige Verhandlungsgeschick mit einbringen.

Für Fragen dazu steht der Autor dieses Kurzbriefes dem interessierten Leser gerne zur Verfügung.

Seiler & Partner ist ein M&A Intermediär, dessen Partner - vor dem Hintergrund langjähriger leitender Banktätigkeiten - seit 1989 beim Kauf und Verkauf von Unternehmen (Mergers & Acquisitions) sowie bei der Kapitalstrukturierung und -beschaffung (Corporate Finance) beraten und vermitteln. Dabei haben wir uns auf kleine und mittlere Unternehmen festgelegt. Hier erbringen wir Leistungen vergleichbar mit jenen der Investmentbanken für Großunternehmen.

Dr. Karl Seiler

Schlusswort: „Cash is King“ – so war es, so ist es und so wird es immer sein.