Seiler & Partner berät und vermittelt 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 sind diesmal die Interessensgegensätze beim Unternehmensverkauf.

Wie bei anderen Geschäften, will der Käufer eines Unternehmens grundsätzlich etwas Gutes preiswert kaufen und der Verkäufer prinzipiell für sein Unternehmen einen maximalen Preis bekommen. (Letzteres ist in der Praxis zwar nicht immer, aber sehr häufig der Fall).

Diesen Interessensgegensatz zu überwinden, ist eine der großen Herausforderungen für den den Unternehmensverkäufer vertretenden M&A Intermediär. Dabei geht es meist darum, daß dem Verkäufer nach Abzug von Verkaufskosten und Steuern möglichst viel verbleibt und der Käufer, unter Berücksichtigung der Akquisitionskosten und Steuern, eine attraktive Investitionsrendite (Return on Investment) erzielt. In einem solchen Spannungsfeld ist Kreativität und Flexibilität aller Beteiligten angesagt. Eine Kaufpreisdifferenz läßt sich über verschiedene Kompromißregelungen, wie beispielsweise einen sog. Earnout, überbrücken - dabei wird der größere Teil des Kaufpreises sofort bezahlt und der Rest in Abhängigkeit von zukünftigen Erträgen des gegenständlichen Unternehmens über einen Zeitraum von mehreren Jahren vergütet. Die vergleichsweise geringen Kosten (Verkaufskosten und Akquisitionskosten) sind gut verhandelbar. Richtig schwierig wird es dann wieder bei den Steuern, da hier der Fiskus zunehmend weniger Gestaltungsspielräume zuläßt.

Über alle diese gegensätzlichen Positionen sollte der Verkäufer schon Bescheid wissen, bevor er die Verhandlungen mit dem bzw. den Kaufinteressenten aufnimmt. Ist dies nicht der Fall, kommt es später regelmäßig zu für ihn sehr unliebsamen Überraschungen. Ein „Rücktritt“ wird dann immer deshalb problematisch, weil das gegenständliche Unternehmen bei Mißlingen des Verkaufsvorhabens das Risiko erheblicher Schäden tragen muß. Zu diesen gehört vor allem das Bekanntwerden eines Verkaufs (etwa bei Mitarbeitern und Wettbewerbern), ohne daß dieser stattfindet. Auch auf einen ggf. später erneut eingeleiteten Verkaufsversuch wirkt sich das Mißlingen negativ aus.

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

Dr. Karl Seiler