

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

Thema ist diesmal die **Erfahrungstatsache, dass ein Käufer kein Käufer ist.**

Schon in der Vergangenheit haben wir berichtet, dass Unternehmenseigentümer den Verkauf ihres Unternehmens allzu oft „blauäugig“ angehen. So etwa halten es manche für besonders gut, von einem Kaufinteressenten angesprochen zu werden. Leider übersehen sie dabei, dass sie in einer solchen Situation immer nur mit „einem“ Interessenten verhandeln – es wäre wirklich ein Zufall, wenn mehrere Interessenten gleichzeitig „anklopfen“. Der den Unternehmer ansprechende Interessent will das Objekt seiner Begierde natürlich – wer wollte es ihm verübeln – so preiswert wie möglich bekommen. Was in solchen Situationen immer wieder erschwerend dazu kommt ist, dass der angesprochene Unternehmer auf Verhandlungen gar nicht vorbereitet ist – geschweige denn das Unternehmen für den Verkauf hergerichtet hat. Dies alles ist erfahrungsgemäß gleichbedeutend mit keinem Ergebnis oder zumindest mit dem Verzicht auf ein optimales Ergebnis. Man kann es vereinfachend auch so sagen: „Ein Käufer ist kein Käufer“. Das Ergebnis eines so gescheiterten Verkaufsversuches ist, dass – was leider häufig der Fall ist – außer dem möglichen Bekanntwerden der Verkaufsabsicht „nichts zustande kommt“.

Wir sind fest davon überzeugt, dass die Schaffung von Wettbewerb unter mehreren Kaufinteressenten genauso wichtig ist wie die die möglichst gute Vorbereitung des Unternehmensverkaufs. Ein von einem Kaufinteressenten angesprochener Unternehmer ist deshalb gut beraten, wenn er in einer solchen Verkaufssituation einen professionell agierenden und durch eine Vielzahl begleiteter Transaktionen geübten M&A Intermediär heranzieht, der ihm den Verkauf vorbereiten hilft und weitere potentielle Käufer in den Prozess einbringt. Nur so wird der Unternehmer seine Vorstellungen und dabei vor allem einen guten Preis durchsetzen können. Es gilt die unbestrittene Tatsache, dass ein Unternehmen so viel wert ist wie der beste Käufer dafür bezahlt. Das wird immer der Käufer sein, der mit dem Unternehmen am meisten anfangen kann – und diesen muss man sich erarbeiten.

Im vorstehenden Zusammenhang muss sich der Unternehmer auch die Frage stellen, ob der Zeitpunkt der Ansprache seitens eines Kaufinteressenten der richtige für den Unternehmensverkauf ist. Am allerbesten ist es sicherlich, wenn die allgemeine Wirtschaftskonjunktur läuft, die Branchenstimmung gut ist und das Unternehmen sich in Bestform befindet. Die idealen Verhältnisse gibt es allerdings äußerst selten und dann besteht noch das Problem, dass die wenigsten Unternehmer an einen Verkauf denken.

Seiler & Partner ist ein M&A Intermediär, dessen Partner - vor dem Hintergrund langjähriger leitender Banktätigkeiten - seit 1989 schwerpunktmäßig beim Kauf und Verkauf von Unternehmen (Mergers & Acquisitions) beraten und vermitteln. Dabei haben wir uns auf kleine und mittelgroße Unternehmen festgelegt.

Dr. Karl Seiler

Einstein soll gesagt haben: „Make things as simple as possible, but not simpler“.