

Verkaufsgespräch: Alle Beteiligten sollten am Tisch sitzen, auch die Familie des scheidenden Unternehmers



Foto: Getty Images/anyaberkut

Die richtigen Werte

Wer sein Unternehmen verkauft, will einen guten Preis erzielen. Zudem sollte der Käufer die gleichen Vorstellungen von der Zukunft des Betriebes haben. Den passenden Berater finden Verkäufer auf DUB.de

Unternehmer zu werden ist ein großer Schritt. Ganz gleich, ob jemand selbst gründet, ein Unternehmen kauft oder mit einer Franchiselizenz ein Geschäft eröffnet. Diese Entscheidung zur unternehmerischen Selbstständigkeit verändert das Leben nachhaltig – und zwar auf Jahre. Genauso verhält es sich beim Schritt in die ande-

re Richtung: Auch wer sich nach langer Zeit der beruflichen Selbstständigkeit dazu entschließt, sein Unternehmen zu verkaufen, macht das nicht einfach mal so. Es hängt viel Herzblut am Lebenswerk, und die Aussicht darauf, bald nicht mehr selbst die Zügel in der Hand zu halten, sondern jemand Fremdes im eigenen Haus schalten und walten zu sehen,

kann bei vielen ein mulmiges Gefühl heraufbeschwören.

Der Nachfolger muss passen

Es empfiehlt sich deshalb, einen Berater hinzuzuziehen, der den Unternehmer begleitet. Denn zum einen geht es dem scheidenden Inhaber darum, einen guten Preis zu erzielen,

Im Dialog mit ...

... Roland Schwarzer, Gründer und Geschäftsführer der Roland Schwarzer Unternehmensverkauf Deutschland GmbH.

Worin liegt die größte Herausforderung bei der Suche nach dem passenden Käufer?

Roland Schwarzer: Die Preisfindung ist das Schwierigste – obwohl wir einen Verkäufermarkt haben. Aufgrund der hohen Nachfrage bestimmen die Verkäufer den Preis. Wir wollen für unsere Mandanten möglichst viele Interessenten finden, damit sie eine Auswahl haben und die gebotenen Kaufpreise einordnen können.



Der Marketing-Experte ist auch als Coach ausgebildet.

Es gibt doch objektive Methoden, um den Unternehmenswert zu ermitteln...

Schwarzer: Es gibt mehr als 100 verschiedene Bewertungsmethoden. Aber am Ende ist das Unternehmen nur so viel wert, wie jemand dafür zu zahlen bereit ist. Auch wenn die Preisfindung das Schwierigste ist, liegt unser wichtigster Anspruch woanders: Wir wollen eine vernünftige Nachfolge finden, bei der die Verkäufer auch nach dem Verkauf noch ein gutes Gefühl haben.

Was heißt das konkret?

Schwarzer: Die Chemie muss stimmen, Verkäufer und Käufer sollten die gleichen Wertvorstellungen haben. Wenn der Käufer beispielsweise die Absicht hat, das Unternehmen ernsthaft fortzuführen, dann ist es der passende. Deshalb schließen wir klassische Schnäppchenjäger auch aus.

Beraten Sie auch Käufer oder nur Verkäufer?

Schwarzer: Wir beraten die Käufer nicht, nur die Verkäufer. Bei den Käufern, die wir akquirieren, handelt es sich entweder um Marktteilnehmer, die aus derselben Branche kommen, um private Beteiligungsgesellschaften oder Family Offices.



Foto: Getty Images/Thampaporn

zum anderen, den passenden Käufer zu finden, der das Unternehmen im Sinne des Verkäufers weiterführt.

Empathie und Fingerspitzengefühl

Transaktionsexperte Roland Schwarzer sagt: „Als ich mein Unternehmen vor fünf Jahren nach meinem Namen benannt habe, waren wir die Ersten, die sich getraut haben, im Marketing das Wort ‚Empathie‘ einzusetzen. Den Mitarbeitern war das zu weich, aber heute werben viele Berater damit.“ Bei seinem jüngsten Projekt spielte Empathie eine große Rolle. Verkäufer waren drei befreundete Ingenieure. Sie hatten sich auf der Abendschule kennengelernt und vor 19 Jahren beschlossen, zusammen ein Ingenieurbüro auf dem Gebiet technische Gebäudeausrüstung zu gründen. Mittlerweile beschäftigen sie 33 Mitarbeiter und sind heute sämtlich Anfang 50. Der Grund, aus dem sie ihr gemeinsames Unternehmen verkaufen wollten, war also nicht der bevorstehende Ruhestand, schließlich sind sie dafür noch zu jung. Sie wollten vielmehr einfach keine Unternehmer mehr sein, sondern sich dem widmen, was sie am besten können – dem Ingenieurwesen –, und weniger der Geschäftsführung und Verwaltung. „Sie wollten alle drei in ihrem eigenen Unternehmen weiter beschäftigt bleiben, weil ihnen die Arbeit Spaß macht. Zudem bestand der Wunsch, weiterhin an dem Unternehmen beteiligt zu bleiben und sich zum jetzigen Zeitpunkt nur einen Teil auszahlen zu lassen.“ Keine einfache Aufgabe für Schwarzer und sein Team. So wundert er sich nicht darüber, dass er in

diesem Fall einige Monate länger brauchte als sonst, um den teilweisen Verkauf in trockene Tücher zu bringen. „Üblicherweise vergehen zwischen dem Vermarktungsbeginn und dem Notartermin etwa zwischen fünf bis neun Monate“, so der Berater. „In diesem Fall haben wir etwas länger als ein Jahr gebraucht. Schließlich musste es wirklich passen.“

Kaum Nachfolger in der Familie

Das Problem: Immer weniger Inhaber finden ihren Nachfolger in der Familie. Laut einer KfW-Studie müssen bis 2022 rund 500.000 Inhaber von kleinen und mittelständischen Unternehmen ihre Nachfolge planen, 100.000 von ihnen wollen dies bereits Ende nächsten Jahres abgeschlossen haben. Dies ist ein schwieriges Unterfangen, wenn sich kein Nachfolger in der Familie findet, was bei 42 Prozent der Unternehmen der Fall ist. Schwarzers Erklärung: „Die Ansprüche an die Work-Life-Balance haben sich geändert. Wenn die Kinder sehen, wie hart die Eltern arbeiten müssen, entscheiden sie sich oft dagegen.“ Es gebe aber auch die andere Variante: Die Kinder arbeiten aktiv im Unternehmen mit und wären bereit, die Nachfolge anzutreten – wissen aber mitunter gar nicht, dass die Eltern den Verkauf des Geschäftes planen. „In solchen Fällen merken wir, dass etwas nicht stimmt in der Familie. Dann holen wir alle an einen Tisch und suchen nach einer Lösung, mit der alle Familienmitglieder zufrieden sind.“ Dass in solchen Fällen Empathie und Fingerspitzengefühl gefragt sind, lässt sich leicht nachvollziehen.

Bei der Suche nach möglichen Käufern fokussiert Schwarzer auf Marktteilnehmer und Beteiligungsunternehmen, zudem recherchiert er über die Wirtschaftsauskunftei Creditreform. „Oder wir finden die Käufer über Inserate, zum Beispiel auf der Deutschen Unternehmerbörse DUB.de“, sagt Schwarzer. Dort fand er auch den Käufer für die Firma der drei Ingenieure, ein börsennotiertes Schweizer Unternehmen.

Als Kaufinteressent sichtbar werden

Kaufinteressierte tun sich auf der Suche nach geeigneten Objekten oft schwer. Sie sollten sichtbar werden, indem sie auf einschlägigen Portalen wie DUB.de inserieren. Für einen potenziellen Käufer hat ein Inserat auf DUB.de weitere Vorteile – so können sich ihm Möglichkeiten bieten, die er zunächst nicht im Blick hatte. Nicolas Rädecke, Geschäftsführer der Deutschen Unternehmerbörse, sagt: „Auch Franchiseunternehmen suchen auf unserer Plattform nach Lizenznehmern, also Franchisegegründern, oder nach Nachfolgern für ein bestehendes Unternehmen.“ Der Schritt zum Inserat lohnt sich: 94 Prozent aller Inserenten erhalten qualifizierte Anfragen. Das sollte genug Schub geben für den nächsten großen Schritt.

EIN UNTERNEHMEN KAUFEN

Werden Sie Ihr eigener Chef und machen Sie sich selbstständig – mit dem Kauf eines Unternehmens. So finden Sie Ihr Wunschunternehmen auf DUB.de:

Viele Wege führen zum Ziel!

- 1 Auf DUB.de/unternehmensboerse suchen Sie nach einem passenden Angebot.
- 2 Richten Sie dort eine kostenlose Suche ein. Dann werden Sie automatisch informiert, wenn ein passendes Inserat geschaltet wird.
- 3 Geben Sie selbst auf DUB.de ein Kaufgesuch auf.



DUB.de: Über die Startseite erreichen Sie alle Angebote

In vier Schritten zum Erfolg:

- 1 Wenn Sie das passende Unternehmen gefunden haben, klicken Sie in der Einzelansicht auf „Kontaktieren“.
- 2 Registrieren Sie sich kostenlos auf DUB.de. So bleibt die Vertraulichkeit gewährleistet.
- 3 Machen Sie in der Maske detaillierte Angaben zu sich und zu Ihrem Interesse. Das erhöht die Chance auf eine positive Antwort des Inserenten.
- 4 Antworten können erfahrungsgemäß bis zu zwei Wochen dauern. Sollten Sie keine Antwort erhalten, kontaktieren Sie uns gern unter info@DUB.de.



FRANCHISE EXPO 18

27.-29. SEPTEMBER 2018
MESSEGELÄNDE FRANKFURT

FRANKFURT

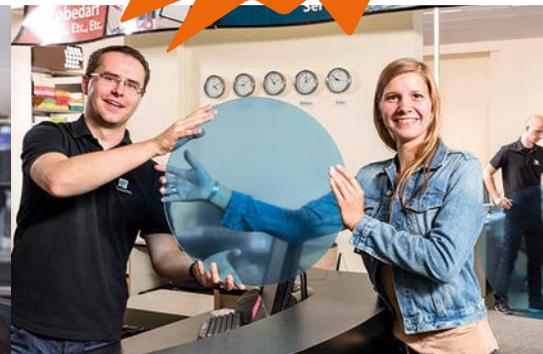
Mein Leben
hat sich
verändert!



Marina Krauss
Franchisenehmerin
Leonidas



Viktor Gett
Franchisenehmer
Subway® Deutschland



Mathias Schneider
Franchisenehmer
Mail Boxes Etc. (MBE)

Veranstalter: **MFV**
expositions

in Zusammenarbeit mit



www.franchiseexpofrankfurt.com

**BESUCHEN SIE
DIE GRÖSSTE
FRANCHISEMESSE
DEUTSCHLANDS!**