

Inhalt

Vorwort	11
Kapitel 1: Das Nachfolge-Problem kleiner und mittelständischer Unternehmen!	15
Ein Blick in die Realität	17
Eine Umfrage brachte es an den Tag	18
Wenn keiner laut schreit, dann hört auch keiner hin	29
Was einen »Leitwolf« und einen Unternehmer verbindet	33
Woran Firmenübergaben scheitern	35
Die Erkenntnis: Wir haben alle einen im »Dachstübchen«	37
Kapitel 2: Die Informations-Phase	41
Und warum wollen Sie Ihre Firma verkaufen?	43
Die häufigsten Verkaufsmotive	44
Verkauf aus Altersgründen	45
Verkauf wegen negativer Geschäftsentwicklung	46
Verkauf wegen eines Liquiditätsproblems	47
Verkauf wegen zu viel Stress	48
Verkauf, weil Sie eine neue Herausforderung suchen	49
Verkauf aus Krankheitsgründen	49
Firmenmakler Pro & Kontra	51
Brauche ich einen Firmenmakler?	52
Das Leistungspaket eines Firmenmaklers	53
Stichwort: Unternehmenswert	53
Stichwort: Nachfolge-Risiko-Stresstest	53
Stichwort: Risikoeinschätzung	53

Stichwort: Firmenpräsentation	53
Stichwort: Käuferdatenbank	54
Stichwort: Akquisition von Kaufinteressenten	54
Stichwort: Anonymität	54
Stichwort: Qualifikation von Kaufinteressenten	54
Stichwort: Bilanz-Transparenz	54
Stichwort: Verhandlungsvorbereitung	55
Wie Sie den richtigen Firmenmakler finden	57
Der unseriöse Firmenmakler	58
Der seriöse Firmenmakler	58
Provision und Honorar	59
Modell: Provision zuzüglich Honorarzahlungen für erbrachte Leistungen	59
Modell: Honorar auf reiner Erfolgsbasis	60
Eine Entscheidungshilfe	60
Wenn ein Gerücht sich verbreitet - oder	
Wie wichtig ist mir die Bewahrung meiner Anonymität?	62
Beispiel 1: Ihre Mitarbeiter oder Mitbewerber erfahren, dass Sie Ihre Firma verkaufen wollen	62
Beispiel 2: Ihre Kunden erfahren, dass Sie verkaufen wollen	63
Beispiel 3: Ihr Lieferant erfährt, dass Sie Ihre Firma verkaufen wollen	63
Ab wann ist eine Firma übernahmewürdig?	64
Anhand Ihrer Gewinnsituation fällt die Entscheidung	65
Alternativmodell: Der Kaufpreis wird an festgelegte Umsatzzahlen gekoppelt	67
Alternativmodell: Verkauf auf Rentenbasis	68
Alternativmodell: Verkauf von Inventar, Anlagevermögen und Warenbestand	68

Wie der Kaufpreis (Wert) einer Firma ermittelt wird	69
Ertragswertverfahren	69
Substanzwertverfahren	69
Discounted-Cash-Flow-Verfahren	70
Marktwertverfahren	70
Ebit-Multiple-Verfahren	70
Berechnungsmodell zur Wertermittlung	71
Kaufpreis-Ermittlung auf neutraler Basis	72
Reduzierung des Kaufpreises durch Kostenbereinigung	73
Erhöhung des Kaufpreises durch Kostenbereinigung	74
Die Bereinigung der Kennzahlen hat in den meisten Fällen eine signifikante Auswirkung auf den Verkaufspreis	75
 Kapitel 3: Die Planungs-Phase	77
Mögliche Käuferrisiken aufdecken	79
Durchführung einer Due Diligence	80
Welche Unterlagen verlangt ein Käufer?	81
 Kapitel 4: Die Verkaufs-Phase	85
Den Verkauf einleiten	87
Ein Kurz-Exposé erstellen	88
Ein Beispiel aus der Praxis	90
Ein Lang-Exposé erstellen	92
Den Zeitplan festlegen	94
Negativ-Beispiel: Frühstart	95
Negativ-Beispiel: Schlechte Urlaubsplanung	95
Negativ-Beispiel: Schönheitsreparaturen	96
Eine Firma verkauft sich nicht von alleine	96

Der Käufer, das unbekannte Wesen	97
Kein Mensch wartet auf Ihr Verkaufsangebot	97
Käuferklientel	98
Investoren	98
Strategische Käufer	98
Existenzgründer	99
Eigenkapital versus Kaufpreis versus Einkommen	99
Wo laufen sie denn? Den idealen Käufer finden	101
Nur wer auffällt, erregt Aufmerksamkeit	101
Käufer-Akquisition über das Internet	102
Käufer-Akquisition über eine Zeitungsanzeige	103
Käufer-Akquisition über ein Direkt-Mailing	104
Ein Kaufinteressent meldet sich – und jetzt?	104
Der Startschuss ist gefallen	105
Verkauf erfolgt gegen Gebot	106
Die Vorbereitung auf das erste Gespräch	111
Fehler, die Sie beim Erst-Gespräch vermeiden sollten	113
Käufer-Typ-Beschreibung	115
Typ – Der Sympathieträger	115
Typ – Der Furchtsame	116
Typ – Der Macher	117
Typ – Der Strateg	118
Typ – Der Schulmeister	118
Das zweite Gespräch mit einem Kaufinteressenten	122
Ein Selbsttest	125
Kaufmotive des Käufers	129
Spezial-Verhandlungstaktiken	131
Strategie: »Gut Freund«	131
Strategie: »Ein Versuch ist nicht strafbar«	132
Die Absichtserklärung (LOI - Letter of intent)	134

Kaufvertrag und Kaufpreiszahlung	137
Verkaufsoption: Asset-Deal (Teilverkauf)	139
Vor- und Nachteile eines Asset-Deals	139
Verkaufsoption: Share-Deal (Verkauf von Geschäftssanteilen)	140
Vor- und Nachteile eines Share-Deals	140
Verkaufsoption: Earn Out (Teilzahlung)	141
Zahlungsmodalitäten	141
Zahlung des Kaufpreises bei Vertragsunterzeichnung	141
Größere Anzahlung, Rest in Raten	141
Kleine Anzahlung, Rest in Raten	142
 Kapitel 5: Zusammenfassung	145
Nachfolge-Checkliste	147
Steuerbelastung und Steuerfreibeträge	150
 Kapitel 6: Und sonst...	155
Fragenkatalog für einen Selbst-Test	157
Allgemeine Fragen	158
Fragen zum Thema Kunden & Leistungen	158
Fragen zum Thema Mitbewerber	160
Fragen zum Thema Markt & Unternehmen	160
Fragen zum Thema Mitarbeiter	161
Fragen zum Thema Werbung & Marketing	162
Fragen zum Thema Persönliches	163
Fragen zum Thema Anlagevermögen & Warenbestand	163
Muster einer Geheimhaltungsvereinbarung	165
Quellennachweis	167
Der Autor	168