

FIRMO.CH

LEITFADEN FIRMENVERKAUF



DIMEA DIGITAL M&A GMBH



Vorwort

Als Unternehmer:in kommt irgendwann die Frage der Nachfolgeregelung auf. Du musst dich dann entscheiden, ob und wie du dein Unternehmen verkaufen möchtest. Ein Verkauf kann eine echte Herausforderung sein, sowohl organisatorisch als auch persönlich. Daher ist es umso wichtiger, den Verkaufsprozess rechtzeitig zu planen. Unsere Broschüre kann dir dabei wichtige Denkanstösse liefern.

Wir bieten Antworten auf wichtige Fragen rund um den Verkaufsprozess, weisen auf typische Fehler hin und führen dich durch die verschiedenen Phasen des Unternehmensverkaufs.

Wir zeigen dir, wo mögliche Stolpersteine liegen können und worauf du besonders achten solltest. Auch das persönliche Engagement spielt beim Verkauf eine wichtige Rolle, darauf gehen wir natürlich auch ein. Egal, ob du alleinige:r Unternehmensinhaber:in oder Teil einer Gruppe von Aktionär:innen bist, unsere Broschüre ist für dich anwendbar.

Falls du das Thema Unternehmensverkauf unverbindlich diskutieren möchtest, stehen wir dir jederzeit gerne zur Verfügung. Wir hoffen, dass unsere Broschüre dir einen hilfreichen Überblick verschafft, und wünschen dir viel Erfolg beim Verkaufsprozess.



Saskia Müller

Geschäftsführerin

saskia@firmo.ch

firmo.ch/DIMEA Digital M&A GmbH



KAPITEL **EINLEITUNG**



Wie läuft ein Verkaufsprozess ab?

Jeder Verkaufsprozess ist individuell und einzigartig - es gibt kein allgemeingültiges Rezept. Grundsätzlich kann der Prozess jedoch in zwei Phasen unterteilt werden: die Planungsphase und die Ausführungsphase.

Die Planungsphase ist sehr wichtig und hat zum Ziel, das Unternehmen bestmöglich auf den Verkauf vorzubereiten. Eine sorgfältige und detaillierte Planung erhöht die Chance, dass potenzielle Käufer:innen positiv reagieren.

Die Ausführungsphase umfasst typischerweise eine Kontaktierungsphase, eine Due Diligence sowie eine Verhandlungs- und Abschlussphase.

In dieser Broschüre gehen wir detailliert auf verschiedene Fragestellungen und Themenbereiche während jeder Phase des Verkaufsprozesses ein. Die Broschüre ist in die Kapitel Entscheidung, Vorbereitung, Kaufpreis und Unternehmensbewertung, Käufersuche, Transaktionsstruktur sowie Verhandlungen und Abschluss unterteilt.

Ein erfolgreicher Verkauf erfordert viel Zeit und wird oft unterschätzt. Obwohl externe Berater:innen helfen können, bleibt das persönliche Engagement der Eigentümer:innen entscheidend. Der Aufwand variiert je nach Phase des Prozesses.



Was sind typische Gründe für einen Verkauf?

Die Gründe für einen Verkauf können für potenzielle Käufer:innen eine wichtige Rolle spielen. Während die eigene Nachfolge als ein akzeptabler Grund angesehen wird, können Verkäufe aus gesundheitlichen Gründen oder aufgrund fortgeschrittenen Alters Zweifel an der Fähigkeit der Verkäufer:innen aufkommen lassen, den Prozess und den Übergang effektiv zu begleiten. Ein Interessenverlust der Eigentümer:in oder finanzielle Gründe können auch Fragen bezüglich der Motivation der Verkäufer:in aufwerfen oder auf eine schlechte Unternehmensführung hinweisen. Daher ist es wichtig, die Gründe für den Verkauf herauszuarbeiten und diese klar zu kommunizieren.

Es gibt verschiedene strategische Gründe für einen Verkauf, wie beispielsweise die Regelung der Nachfolge, die Konzentration von Kernkompetenzen oder das Outsourcing von Funktionen. Finanzielle Gründe wie der Bedarf an Kapital oder die Notwendigkeit einer Restrukturierung können ebenfalls ein Verkaufsmotiv darstellen. Ein attraktiver Verkaufspreis ist ein weiterer wichtiger, finanzieller Faktor.

Wie kann die Vertraulichkeit gewahrt werden?

Im Allgemeinen wird es während des Verkaufsprozesses gut gelingen, die Vertraulichkeit bis zum Abschluss aufrechtzuerhalten. Je mehr Personen jedoch in den Prozess involviert sind, desto schwieriger kann es sein, die Vertraulichkeit zu wahren. Es gibt jedoch einfache Massnahmen, die eine bestmögliche Diskretion sicherstellen können:

- Verwendung eines Projektnamens für den Verkaufsprozess
- Einholen einer Vertraulichkeitserklärung von Käufer:innen und Interessent:innen
- Beauftragung einer M&A-Berater:in, die anstelle der Eigentümer:in die potenziellen Kaufinteressent:innen kontaktiert



Durch wen kann ein Verkaufsprozess unterstützt werden?

Es empfiehlt sich, während des Verkaufsprozesses die Dienste der folgenden drei Beratergruppen in Anspruch zu nehmen:

- Ein:e M&A-Berater:in organisiert den Verkaufsprozess, bereitet das Unternehmen auf den Verkauf vor, erstellt objektive Bewertungen, findet und kontaktiert potenzielle Käufer, unterstützt bei der Due Diligence und verhandelt die Verkaufsbedingungen.
- Ein:e Anwält:in kümmert sich um rechtliche Aspekte, die während der Transaktion auftreten können. Sobald sich die Parteien auf die Eckpunkte der Transaktion geeinigt haben, wird die Anwält:in intensiver in den Prozess einbezogen. Die Hauptaufgabe ist das Aushandeln und Dokumentieren von rechtlichen Angelegenheiten wie dem Kaufvertrag oder weiteren Vereinbarungen.
- Ein:e Steuerberater:in sollte bei der Vorbereitung des Verkaufs, der Strukturierung des Deals und bei Fragen im Zusammenhang mit dem Abschluss der Transaktion unterstützend hinzugezogen werden.

Je nach Ausgangslage sollten auch Schlüsselmitarbeiter:innen frühzeitig über die Verkaufsabsichten informiert werden. Dabei ist es wichtig, sorgfältig zu überlegen, wer einbezogen werden sollte und wie man sich gegenüber unwissenden Dritten verhalten sollte.

Typische Fehler im Verkaufsprozess

Typischerweise werden von Unternehmenseigentümer:innen beim Verkaufsprozess folgende Fehler begangen:

- Unzureichende Verkaufsvorbereitung und mangelnde persönliche Auseinandersetzung mit einem Verkauf
- Mangelndes Engagement für den Verkaufsprozess und zögerliche Beantwortung von Fragen
- Unterschätzung des Zeitaufwands
- Unrealistische Preiserwartungen und zu starke Fokussierung auf die finanziellen Aspekte der Transaktion





KAPITEL

ENTSCHEIDUNG



Wann ist der richtige Zeitpunkt für den Verkauf?

Es ist empfehlenswert, nicht auf einen bestimmten Zeitpunkt, sondern eher auf eine passende Zeitspanne zu achten, um das Unternehmen zum Verkauf anzubieten. Ein guter Zeitpunkt für den Verkauf kann gekommen sein, wenn das Unternehmen ein attraktives Ziel für eine Übernahme ist oder das Unternehmen oder die Eigentümer:in bereit für einen Verkauf ist.

Die ökonomischen Rahmenbedingungen müssen ebenso gegeben sein wie die persönliche Bereitschaft der Eigentümer:in. Um das Beste aus einem Verkauf herauszuholen, ist das Bekenntnis und Engagement der Eigentümer:in unerlässlich. Jeder hat individuelle persönliche Voraussetzungen, die nicht verallgemeinert werden können (Persönliche Situation, Zukunftsplanung oder finanzielle Situation, etc.).

Als Eigentümer:in sollte man sich bewusst sein, dass potenzielle Käufer:innen regelmässig interessante Angebote erhalten und der erste Eindruck daher besonders wichtig ist, um aus der Masse herauszustechen. Im Allgemeinen ist ein Unternehmen, das in der Wachstumsphase ist und Gewinne erzielt, einfacher zu verkaufen als eines, das sich in einer Umstrukturierungsphase befindet.

Ausserdem kann das Erhalten von unaufgeforderten Kaufangeboten ein Hinweis darauf sein, dass es Interesse auf dem Markt gibt und ein guter Verkaufszeitpunkt gekommen ist. Dies sollte bei der Entscheidungsfindung berücksichtigt werden.



Typische Fehler in der Entscheidungsphase

Die zeitliche Entscheidung über den Verkauf eines Unternehmens ist entscheidend und kann zu Fehlern führen.

Typische Fehler, die von Unternehmenseigentümer:innen begangen werden, sind:

- zu späte Einleitung des Verkaufsprozesses, was zu einem Verlust von attraktiven Verkaufsmöglichkeiten führen kann
- eine falsche Einschätzung der persönlichen Bereitschaft für den Verkauf
- hinauszögern des Verkaufs wegen der Annahme, dass zukünftige Wachstumschancen die Bewertung des Unternehmens erhöhen werden
- falsche Handhabung eines unaufgeforderten Kaufangebots



KAPITEL **VORBEREITUNG**



Wann und wie soll mit den Vorbereitungen begonnen werden?

Der Beginn der Verkaufsvorbereitungen sollte idealerweise 2 bis 3 Jahre vor dem geplanten Verkauf des Unternehmens liegen. Diese Zeitspanne ermöglicht es, dass die eingeleiteten Veränderungen ausreichend Zeit haben, um ihre Wirkung zu entfalten. Auch wenn kein konkreter Verkaufsplan besteht, sollte die Planung und Vorbereitung für den Verkauf sorgfältig durchgeführt werden, da sich persönliche Umstände schnell ändern können oder ein attraktives, unaufgefordertes Angebot eintreffen kann.

Während der Vorbereitungsphase sollte eine klare Verkaufsstrategie entwickelt werden, um die Attraktivität des Unternehmens für potenzielle Käufer:innen zu steigern. Dabei sind besonders Wettbewerbsvorteile relevant. Käufer:innen sind vor allem an der Einzigartigkeit von Produkten und Dienstleistungen, dem Kundenstamm oder anderen Alleinstellungsmerkmalen interessiert. Um die Attraktivität des eigenen Unternehmens zu erhöhen, sollten folgende Aspekte besonders berücksichtigt werden:

- Die Markenbekanntheit fördern (z.B. in Fachmagazinen oder auf Social Media).
- Eine hohe Kundenbindung und -diversifizierung sicherstellen. Eine diversifizierte Stammkundenbasis erhöht die Chance auf einen Verkauf.
- Sicherstellen, dass der Erfolg nicht nur von wenigen Schlüsselpersonen oder dem/der Eigentümer:in abhängig ist.
- Käufer:innen werden sich ausführlich mit dem Risiko auseinandersetzen, ob sich nach Bekanntwerden des Verkaufs wichtige Kunden und Mitarbeitende vom Unternehmen abwenden könnten. Dieses Risiko sollte durch die Eigentümer:in möglichst minimiert werden.

Auf welche Punkte sind bei der Vorbereitung zu achten?

Das Ziel bei der Vorbereitung ist es, einen effizienten und gut organisierten Betrieb zu schaffen, der eine optimale Weiterführung und Integration durch den Käufer ermöglicht. Um dies zu erreichen, sind folgende Punkte bei den Vorbereitungen zu beachten:

- Klare Darstellung des Verkaufsobjekts und derjenigen Teile, die nicht verkauft werden sollen.
- Gewährleistung transparenter Jahresrechnungen und Finanzinformationen
- Überprüfung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios, um unprofitable Aktivitäten zu identifizieren und auf ihre Fortführung zu überprüfen.
- Sicherstellen, dass Gebäude, Anlagen und Einrichtungen in einem gut gewarteten Zustand sind und kein Investitionsstau besteht.
- Vermeidung von Eigenentwicklungen und Einsatz von moderner IT basierend auf Standardlösungen in der betreffenden Branche.
- Offenlegung, Dokumentation und Lösung von potenziellen Problemen wie laufenden oder drohenden Gerichtsprozessen, Altlasten bei Steuern usw.
- Überarbeitung der Website und Social Media Accounts, welche als erste Informationsquelle für potenzielle Käufer:innen dient.

Eine weitere wichtige Aufgabe in der Vorbereitung auf den Verkauf eines Unternehmens ist die Überprüfung und Aktualisierung aller administrativen Unterlagen (z.B. finanzielle oder rechtliche Unterlagen).

Welche finanziellen Aspekte können optimiert werden?

(1/2)

Es ist allgemein bekannt, dass ein Unternehmen mit steigenden Umsätzen attraktiver wahrgenommen wird. Daher ist es ratsam, in den Jahren vor einem potenziellen Unternehmensverkauf verstärkt in Marketing und Sales zu investieren.

Neben dem Umsatzwachstum kann auch eine sorgfältige Prüfung und Überwachung der Kosten zur Steigerung der Profitabilität beitragen. Es ist jedoch wichtig, bei Einsparungen in den Jahren vor einem Verkauf vorsichtig zu sein, um nicht den Eindruck zu erwecken, dass Ausgaben absichtlich reduziert werden. Solche Anzeichen könnten sich negativ auf die Verhandlungsposition und den Verkaufspreis auswirken, insbesondere wenn sie mit der langfristigen operativen Performance des Unternehmens korrelieren.

Veränderungen bei den Werbeaufwendungen werden oft kritisch hinterfragt. Es gibt jedoch auch Ausgaben, deren Reduktion kaum oder gar keinen Einfluss auf die langfristigen Ergebnisse hat, wie zum Beispiel Personalreisen und Geschäftsautos. Hier können allenfalls Kosten gespart werden.



Welche finanziellen Aspekte können optimiert werden?

(2/2)

Unternehmen sind oft bemüht, ihre Steuerbelastung zu minimieren, indem sie kleinere Vermögenswerte direkt als Aufwand verbuchen. Allerdings kann es aus Sicht der Bewertung sinnvoller sein, bestimmte Ausgaben zu aktivieren (sofern möglich) und über mehrere Jahre abzuschreiben. Dieses Vorgehen kann sich positiv auf die Darstellung der Profitabilität des Unternehmens auswirken.

Um einen erfolgreichen Unternehmensverkauf zu gewährleisten, sind saubere und bereinigte Jahresrechnungen und Finanzinformationen von zentraler Bedeutung. Es ist wichtig, die Bilanz sauber zu strukturieren und nicht betriebsnotwendige Vermögenswerte auszuweisen oder gegebenenfalls zu verkaufen oder in das Eigentum der Eigentümer:innen zu überführen. Hierzu gehören beispielsweise nicht betriebsnotwendige Immobilien.

Eine sorgfältige Bewirtschaftung des Netto-Umlaufvermögens ist sehr wichtig. Durch eine gute Bewirtschaftung kann je nachdem weniger Kapital zur Finanzierung des Geschäfts benötigt werden.

Zusätzlich müssen auch die Verbindlichkeiten im Auge behalten werden, da potenzielle Käufer:innen eine Analyse der vorhandenen Verbindlichkeiten durchführen. Es ist wichtig, Posten wie überfällige Debitoren- oder Kreditorenrechnungen oder Produktgarantien offenzulegen und entsprechend zu bewerten,

Soll ich die Mitarbeitenden über den geplanten Verkauf informieren?

Die Wahl, welche Mitarbeitenden in den Verkaufsprozess eines Unternehmens eingebunden werden, ist stark von der Firmenkultur abhängig. Üblicherweise werden wichtige Personen schon frühzeitig in die Pläne einbezogen, vor allem wenn es darum geht, Daten für potenzielle Käufer:innen zu sammeln.

Wenn potenzielle Käufer:innen ernsthaftes Interesse zeigen, ist es ratsam, den Kreis der informierten Mitarbeiter zu erweitern.

Eine unsorgfältige Einbindung von Schlüsselpersonen kann dazu führen, dass wertvolle Mitarbeitende das Unternehmen verlassen, bevor der Verkauf abgeschlossen ist. Dies könnte die Verhandlungsposition gegenüber den Käufer:innen negativ beeinflussen.

Da Schlüsselmitarbeitende sich oft Sorgen um ihre zukünftige Rolle im Unternehmen machen, ist es entscheidend, sie aktiv in den Verkaufsprozess einzubinden, um ihre Bedenken zu adressieren.

Um die Interessen der Schlüsselmitarbeitenden mit denen des Unternehmens in Einklang zu bringen, kann eine ausserordentliche Bonuszahlung im Falle eines erfolgreichen Verkaufs vorgesehen werden. Dies dient auch als Kompensation für den zusätzlichen Arbeitsaufwand, den diese Mitarbeitenden während des Verkaufsprozesses haben.

Typische Fehler in der Vorbereitungsphase

Typischerweise begehen Unternehmenseigentümer:innen bei der Verkaufsvorbereitung folgende Fehler:

- Unterschätzung des zeitlichen und organisatorischen Aufwands für die Verkaufsvorbereitung
- Keine Trennung von betrieblichem und nicht betrieblichem Vermögen, was die Verkaufsvorbereitung erschweren und die Transparenz beeinträchtigen kann
- Verbuchen privater Ausgaben in den Geschäftskonten, was zu einem Verlust an Glaubwürdigkeit führen kann
- Mangelhafte Kommunikation und fehlende Anreizsetzung von Schlüsselmitarbeitenden, da diese eine entscheidende Rolle im Verkaufsprozess spielen können
- Versäumen einer aktiven Steuer- und Immobilienplanung, die zu steuerlichen oder rechtlichen Problemen führen kann



KAPITEL

**KAUFPREIS UND
UNTERNEHMENSWERT**



Wie erfolgt die Bestimmung des Unternehmenswertes?

Es gibt gängige Methoden zur Unternehmensbewertung, wie die Multiplikatorenmethode und die Methode des "Discounted Cash Flow" (DCF). Beide Methoden beruhen auf der zukunftsorientierten Betrachtung von den erwarteten Cashflows der kommenden Jahre und den Risiken und Wachstumsaussichten des Unternehmens.

Bei der Bewertung des Unternehmens ist es wichtig, den Unterschied zwischen dem Unternehmenswert (Enterprise Value) und dem Eigenkapitalwert (Equity Value) zu kennen. Der Eigenkapitalwert wird durch den Unternehmenswert abzüglich der Finanzschulden ermittelt.

Wichtig ist anzumerken, dass der Wert eines Unternehmens nicht von der Art der Finanzierung abhängt.



Wie wird die Multiplikatorenmethode berechnet?

Die Multiplikatorenmethode basiert typischerweise auf üblichen Gewinngrössen wie EBITDA oder EBIT. Die historischen Kennzahlen werden normalisiert, um einen möglichst nachhaltigen Wert für die Vorhersage zukünftiger Ergebnisse zu erhalten.

Anschliessend wird der normalisierte Gewinn mit einem von Vergleichsunternehmen ermittelten Multiplikator multipliziert, um den Unternehmenswert zu ermitteln. Die Normalisierung sollte durch die Verkäufer:innen und die Berater:innen vorbereitet werden, um eventuelle Anpassungen und Korrekturen vorzunehmen.

Der anwendbare Multiplikator hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab, reflektiert jedoch im Grunde genommen die erwartete zukünftige Performance und das unternehmensspezifische Risikoprofil.

Bewertungsmultiplikatoren können innerhalb einer Branche stark variieren, und grössere Unternehmen tendieren typischerweise zu höheren Multiplikatoren als kleinere Unternehmen.

Wie wird die DCF-Methode berechnet?

Die DCF-Methode (Discounted Cash Flow) bewertet ein Unternehmen durch Diskontierung (Abzinsung) prognostizierter Cashflows mit einem risikogerechten Zinssatz, um deren Zeitwert zu ermitteln. Die Planung der Cashflows erfolgt üblicherweise für einen Zeitraum von 5 Jahren. Danach wird ein Restwert angenommen, der in der Regel den grösseren Teil des Unternehmenswerts ausmacht. Daher sollten die zugrunde liegenden Annahmen sorgfältig getroffen werden.

Die DCF-Methode basiert auf der Annahme, dass der Wert eines Unternehmens durch die erwarteten zukünftigen Cashflows und deren zeitliche Verteilung bestimmt wird. Sie ist eine zukunftsgerichtete Methode, die die Ertragskraft und die Investitionschancen des Unternehmens berücksichtigt.

Die DCF-Methode erfordert in der Regel eine umfassende Analyse des Unternehmens und seiner Branche, um fundierte Prognosen erstellen zu können.



Typische Fehler bei der Unternehmensbewertung

Typische Fehler, die von Unternehmenseigentümer:innen bei der Wertbestimmung begangen werden, sind:

- das Versäumen der Normalisierung von Ertragskennzahlen
- eine Überschätzung des anwendbaren Multiples oder des Finanzplans
- Fehler bei der Herleitung des Eigenkapitalwerts,
- eine Fokussierung auf den Substanzwert anstatt auf den zu erwartenden Cashflow,
- ein fehlerhaftes Vorgehen sowie ungenügende Kenntnisse über das Zusammenspiel von Wert und Preis.





KAPITEL

KÄUFERSUCHE



Wie können passende Käufer:innen gefunden und kontaktiert werden?

Es gibt verschiedene Methoden, um potenzielle Käufer zu finden. Zu den gängigen Suchkanälen gehören Online-Plattformen, Datenbankrecherchen, Analysen von Branchensegmenten und Wettbewerbern sowie Netzwerke von M&A-Berater:innen. Die M&A-Berater:in verfügt über die Ressourcen und Werkzeuge, um mögliche Käufer:innen zu identifizieren. Für eine erfolgreiche Identifikation und Ansprache von potenziellen Käufer:innen ist es wichtig, dass die M&A-Berater:in über Zugang zu Online-Plattformen und eine Datenbank an potenziellen Käufer:innen verfügt.

Bevor eine potenzielle Käufer:in kontaktiert wird, sollten einige Aspekte geprüft werden. Es ist wichtig zu beurteilen, ob die finanziellen Voraussetzungen für eine mögliche Transaktion erfüllt sind. Es empfiehlt sich zudem, die verfügbaren Informationen über das Unternehmen zu analysieren und ein besseres Verständnis über das Unternehmen aufzubauen.

Der Verkaufsprozess sollte frühzeitig geplant und festgelegt werden. Um eine zu frühe Offenlegung der Identität des Zielunternehmens zu vermeiden und gleichzeitig eine Konkurrenzsituation zwischen den potenziellen Käufern zu schaffen, wird in der Regel ein diskret geführter, kompetitiver Prozess gewählt.

Kontaktaufnahme und Interessenabklärungen erfolgen üblicherweise durch die M&A-Berater:in auf anonymer Basis. Dadurch wird sichergestellt, dass es nicht zu verfrühten direkten Kontakten zwischen potenziellen Käufer:innen und dem zum Verkauf stehenden Unternehmen kommt, was den Bieterprozess und den Geschäftsverlauf beeinträchtigen könnte.

Welche Informationen sollen bereitgestellt werden?

Die Unternehmenseigentümer:innen sollten den interessierten Käufer:innen je nach Phase im M&A-Prozess die relevanten Informationen bereitstellen, damit diese in der Lage sind, die Unternehmung umfassend zu beurteilen.

Ein Teaser mit allgemeinen Informationen über die Geschäftstätigkeit und den Umsatz des Unternehmens kann möglichen Interessenten zunächst auf anonymisierter Basis zur Verfügung gestellt werden.

Nach Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung erhalten die Interessent:innen dann ein Information Memorandum, welches umfassendere Informationen über Geschäftstätigkeit, Märkte, Produkte, Mitarbeitenden- und Kundenstruktur sowie die finanzielle Situation enthält.

Es ist entscheidend, dass die Eigentümer:innen die Kontrolle über den Informationsaustausch während dieser Phase behalten. Dies ermöglicht es, den Informationsfluss einzustellen, falls das Interesse der potenziellen Käufer:innen nachlässt.

Zudem ist es wichtig, alle relevanten Daten im Due-Diligence-Datenraum vollständig offenzulegen. Versäumnisse in dieser Hinsicht können den Verkaufspreis negativ beeinflussen oder nach Abschluss der Transaktion zu teuren rechtlichen Auseinandersetzungen führen.

Typische Fehler bei der Käufersuche

Oftmals wird bei der Analyse der potenziellen Käufer:in nicht genügend Zeit und Aufmerksamkeit investiert, was dazu führen kann, dass potenzielle Käufer:innen übersehen werden.

Des Weiteren kann eine verfrühte oder nicht anonyme Kontaktaufnahme mit potenziellen Käufer:innen zu einer Beeinträchtigung des Bieterprozesses und des Geschäftsverlaufs führen.

Überhöhte Bedenken hinsichtlich der Vertraulichkeit können hingegen auch dazu führen, dass potenzielle Käufer:innen abgeschreckt werden und sich zurückziehen.

Eine ungenügende Ausarbeitung des Teasers kann ebenfalls dazu führen, dass potenzielle Käufer:innen nicht vollständig über die zu verkaufende Unternehmung informiert werden und sich deshalb nicht für eine Teilnahme am Verkaufsprozess entscheiden.

Die unkontrollierte Bereitstellung von Informationen und die verfrühte Offenlegung relevanter Informationen sowie widersprüchliche und unvollständige Informationen sind weitere mögliche Fallstricke in der Phase der Käufersuche.



KAPITEL

TRANSAKTIONS- STRUKTUR



Was ist eine Transaktionsstruktur?

Die Transaktionsstrukturierung umfasst die Auswahl der juristischen Transaktionsstruktur, d.h. ob das Unternehmen als Ganzes (sog. Share Deal) oder nur bestimmte Vermögenswerte (sog. Asset Deal) übertragen werden sollen. Zusätzlich werden die Zahlungsmodalitäten und weitere Bedingungen wie die Verfügbarkeit nach Abschluss der Transaktion festgelegt.

Die steuerlichen Auswirkungen werden indirekt durch die Transaktionsstrukturierung bestimmt. Die drei grundlegenden Elemente der Transaktionsstrukturierung sind somit die Entscheidung, ob Vermögenswerte oder Anteile des Unternehmens verkauft werden sollen, die Zahlungskonditionen und weitere Vertragskonditionen.

Neben dem erzielten Verkaufspreis ist die Transaktionsstrukturierung ein entscheidendes Element für einen erfolgreichen Unternehmensverkauf.

Sollten Vermögenswerte oder Unternehmensanteile verkauft werden?

Der Asset Deal und der Share Deal unterscheiden sich in der rechtlichen Vertragsgestaltung, der Besteuerung des Verkaufserlöses sowie durch die Risiken und Chancen der jeweiligen Transaktionsstruktur.

Verkäufer:innen bevorzugen in der Regel einen Anteilsverkauf, während Käufer:innen häufig einen Kauf der Vermögenswerte bevorzugen. Aus steuerlicher Sichtweise hat ein Anteilsverkauf den Vorteil, dass ein steuerfreier privater Kapitalgewinn realisiert wird. Ein Verkauf der Vermögenswerte führt hingegen zu einer Realisierung und Besteuerung von stillen Reserven für die Verkäufer:in.

Beim Anteilskauf gehen sämtliche Risiken und Chancen auf die Käufer:innen über. Welche Transaktionsstruktur die richtige ist, hängt vom jeweiligen Unternehmen und den Präferenzen der Parteien ab.

Es wird empfohlen, sich bei der Entscheidung von Rechts- und Steuerexperten beraten zu lassen.



Was sind üblichen Zahlungskonditionen?

Die Zahlungskonditionen bestimmen, wann und wie der Verkaufspreis bezahlt wird und an welche Bedingungen dieser gekoppelt ist. Bei Wachstumsunternehmen ist eine vollständige Überweisung des Verkaufspreises bei Abschluss eher unüblich. Stattdessen sind gestaffelte Zahlungen, die an Bedingungen oder Meilensteine geknüpft sind, oder andere Formen der Zahlungsvereinbarungen üblich.

Eine dieser Zahlungsvereinbarungen ist der Earn-out. Bei einem Earn-out wird ein Teil des Verkaufspreises an bestimmte Leistungskennzahlen gebunden, die in der Zukunft erreicht werden müssen. Earn-outs werden häufig verwendet, wenn es erhebliche Meinungsverschiedenheiten zwischen Käufer:innen und Verkäufer:innen hinsichtlich der zukünftigen Performance gibt oder wenn der Verkäufer eine bedeutende Rolle bei der Steuerung des Erfolgs des verkauften Unternehmens spielen soll. Wenn ein Earn-out in Erwägung gezogen wird, ist eine sorgfältige Abwägung der Risiken und Vorteile erforderlich.

Es ist zu empfehlen, sich nicht ausschliesslich auf den Verkaufspreis zu konzentrieren, sondern weitere Verkaufskonditionen nicht ausser Acht zu lassen.



KAPITEL

VERHANDLUNGEN UND ABSCHLUSS



Wer nimmt an Vertragsverhandlungen teil?

In Vertragsverhandlungen sind in der Regel Käufer:innen und Unternehmenseigentümer:innen sowie ihre jeweiligen Berater:innen beteiligt. Es ist ratsam, eine M&A-Berater:in zu engagieren, um bei den Verhandlungen zu unterstützen und die Verhandlungsführung zu leiten. Die Berater:in verfügt über umfassende Erfahrung in solchen Situationen und kann dazu beitragen, dass die Verhandlungen auf sachlicher Ebene geführt werden. Letztendlich liegt die Entscheidung über die ausgehandelten Konditionen jedoch immer bei der Unternehmenseigentümer:in.

Die Gewährung von Exklusivität ist eine wichtige Entscheidung im Verkaufsprozess. Dadurch werden andere Interessent:innen von den Verhandlungen ausgeschlossen. Dies gibt der Käufer:in ein Zeitfenster, in dem die Akquisition exklusiv geprüft und verhandelt werden kann. Der Zeitpunkt der Gewährung von Exklusivität sollte sorgfältig abgewogen werden, da dies die Verhandlungsposition der Verkäufer:in erheblich schwächt. Eine frühe Gewährung kann in bestimmten Fällen sinnvoll sein, wenn ein aussergewöhnlich hohes Angebot vorliegt oder die Transaktion schnell abgeschlossen werden muss.



Wie bereit man sich auf Verhandlungen vor?

Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg bei Verhandlungen über den Verkauf eines Unternehmens.

Bevor die Verhandlungen beginnen, müssen die Interessen der Verkäufer:in klar definiert werden, um die Verhandlungen in einem bestimmten Rahmen führen zu können. Darüber hinaus ist es wichtig, so viel wie möglich über die Verhandlungspartner:in herauszufinden. Strategische Interessen, Informationen über Synergieeffekte oder finanzielle Kapazitäten können die Verhandlungsposition deutlich stärken.

Bei der Verhandlung der Transaktion machen Unternehmenseigentümer:innen typischerweise folgende Fehler:

- Verlust der Glaubwürdigkeit aufgrund zu optimistischer Vorstellungen
- keine klare Definition der Rahmenbedingungen der Verhandlung und eine fehlende Moderation bzw. Verhandlungsführung
- zu frühes Erteilen der Exklusivität für einen potenziellen Käufer und Zustimmung zu einer zu langen Exklusivitätsperiode, die es dem Käufer ermöglicht, die Due Diligence hinauszuzögern, wodurch das Risiko eines Scheiterns des Verkaufsprozesses steigt



Was ist für den Verkaufsabschluss notwendig?

Um den Verkauf abzuschliessen, ist es notwendig, den Kaufvertrag und gegebenenfalls weitere Vereinbarungen auszuhandeln. Erfahrene Anwält:innen sollten in diesen Prozess einbezogen werden, um sicherzustellen, dass alle rechtlichen Aspekte berücksichtigt werden.

Die Vertragsverhandlungen finden je nach Grösse des Unternehmens in mehreren Iterationen zwischen den Anwälten beider Parteien statt.

Das Signing des Kaufvertrags bedeutet jedoch nicht, dass die Transaktion abgeschlossen bzw. vollzogen ist. Das Closing findet erst statt, wenn das Eigentum am Kaufobjekt übertragen wurde oder der Kaufpreis gezahlt wurde. Mögliche Hindernisse wie von der Käufer:in gewünschte Bedingungen können den Vollzug des Kaufvertrags verzögern. Es ist im Interesse der Verkäufer:in, die Transaktion möglichst schnell abzuschliessen, um das Risiko zu minimieren, dass der Vertrag schliesslich nicht vollzogen wird.

Der Abschluss des Verkaufsprozesses erfordert jedoch erhebliches zeitliches Engagement. Insbesondere die Due Diligence und die detaillierte Überprüfung und Verhandlung des Kaufvertrags nehmen viel Zeit in Anspruch.



Was beinhaltet der Kaufvertrag?

Der Kaufvertrag ist die rechtlich bindende Vereinbarung, die den Verkauf des Unternehmens regelt. Im Gegensatz zu einer Absichtserklärung ist der Kaufvertrag ein umfassendes Dokument, das die Details des Deals regelt. Er umfasst typischerweise folgende Elemente:

- Kaufpreis und Zahlungsbedingungen
- Zusicherungen und Gewährleistungen
- Weitere Bedingungen (z.B. Konkurrenzverbote)
- einen umfassenden Vertragsanhang. Heutzutage enthält der Anhang häufig einen Datenträger mit dem Inhalt des virtuellen Datenraums, auf den sich beide Seiten bei den Vertragsverhandlungen gestützt haben.

Es gibt jedoch typische Fehler, die Unternehmenseigentümer:innen beim Abschluss des Verkaufs machen können, wie z.B.:

- Unterschätzung des erforderlichen Zeitaufwands
- Vernachlässigung des operativen Geschäfts während der intensiven Verhandlungs- und Abschlussphase
- ungenügendes Verständnis der Zusicherungen und Gewährleistungen



Über firmo.ch

firmo.ch ist die digitale Plattform für die Unternehmensnachfolge in der Schweiz, speziell für KMU und Onlineshops. Wir unterstützen dich bei deinem Firmenverkauf, kombinieren digitale Lösungen mit persönlicher Beratung und begleiten dich bis zum erfolgreichen Verkaufsabschluss.

Unsere firmo.ch-Services sind speziell auf die Bedürfnisse kleiner und mittlerer Unternehmen zugeschnitten. Mit über 1'300 Kaufinteressenten und mehr als 170 gelisteten Unternehmen haben wir uns als zentrale Plattform für Unternehmensnachfolge in der Schweiz etabliert.

KONTAKT

E-Mail: info@firmo.ch

Website: firmo.ch/firma-verkaufen

