

UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Für den Zeitraum von 2017 bis 2025 ergibt sich in Österreich ein Übergabepotenzial von über 35.500 kleinen und mittleren Arbeitgeberbetrieben. Dies entspricht über 21% aller KMUs der gewerblichen Wirtschaft (exklusive Ein-Personen-Unternehmen (EPU)). Dabei werden heute schon nur noch rund 40% der Unternehmensnachfolgen familienintern geregelt; über 60% der Unternehmen werden an Dritte verkauft.



Jeder, der sich mit einem Unternehmensverkauf bzw. mit einem Anteils- oder Aktienverkauf beschäftigt, hat folgende Möglichkeiten, um zu einem Unternehmensverkauf zu kommen:

- Verkauf des Unternehmens ohne die Einschaltung eines M&A Beraters oder
- Verkauf des Unternehmens durch die Beauftragung eines M&A Beraters.

Jeder, der bereits einmal die erste Variante gewählt hat, wird zustimmen, dass er beim nächsten Unternehmensverkauf eine professionelle M&A Beratung in Anspruch nehmen wird. Die Hauptvorteile liegen auf der Hand: der Inhaber kann sich weiterhin voll und ganz auf das operative Geschäft konzentrieren und zeigt potenziellen Käufern, dass er es mit dem Verkauf ernst meint. Aufgrund der professionellen Vorbereitung und Umsetzung kann es schließlich auch zu einem erfolgreichen nachhaltigen Abschluss kommen. Da der Inhaber mit verschiedenen alternativen Käufern Gespräche führen konnte, weiß er darüber hinaus, dass er den richtigen Käufer ausgewählt hat. In der Regel kann auch von einem höheren Verkaufspreis ausgegangen werden.

Verkaufsprozesse richtig planen

Jedes Unternehmen ist verkaufbar, wenn der Unternehmer insbesondere die dafür notwendige Zeit und Flexibilität einbringt. Einerseits muss für einen Unternehmensverkauf ausreichend Zeit eingeplant werden, die bei weitem auch zwölf Monate überdauern kann. Wichtig

ist dabei die strukturierte und systematische Vorgehensweise bei der Durchführung eines Unternehmensverkaufs. Dazu gehören unter anderem ein attraktives und umfangreiches Informationsmemorandum über das zu verkaufende Unternehmen, auch Exposé genannt und eine sorgfältige Recherche des Käuferpotentials. Wie die Erfahrungen zeigen, ist dabei der zentrale Knackpunkt grundsätzlich in der Einbringung bzw. Suche von mehreren potentiellen Nachfolgern zu finden, um darauf aufbauend eine nachhaltige Lösung erarbeiten zu können. Diese Hauptanforderung kann einzig ein umspannendes M&A Netzwerk befriedigen, das laufend gepflegt wird.

Auf der anderen Seite muss der Verkäufer unbedingt flexibel agieren. Während des individuellen Verkaufsprozesses bringt die enge Zusammenarbeit mit dem M&A Berater dem Unternehmer neue Blickwinkel, die vorher nicht absehbar waren. Schließlich besteht überall dort, wo die Prozesse der M&A Partner zusammengeführt werden, Abstimmungsbedarf. Beispielsweise unterliegt ein jedes Unternehmen Entwicklungsgrenzen, die oftmals nur durch Zusammenlegung der Kräfte zweier Unternehmen überwunden werden können.

Für uns ist es zentral, dass der übernommene Betrieb vom Käufer langfristig weitergeführt wird.