

Was zeichnet einen erfolgreichen Firmenverkauf aus?

Der Erfolg bzw. die Beurteilung, ob ein Firmenverkauf als Erfolg gewertet werden kann, liegt immer im Auge des Betrachters. Aus der Perspektive des Verkäufers sind neben der allgemein resultierenden Zufriedenheit meist folgende Komponenten ausschlaggebend:

- ◆ **Verkaufspreis**
- ◆ **Bezug weiterer Mittel** (Liquide Mittel, andere UV/AV)
- ◆ **Risiko** (Transaktion und im Nachgang)
- ◆ **Fortbestand des Unternehmens**
- ◆ **Sonstige unentgeltliche Komponenten** (z.B. Verhältnis zum Käufer etc.)

Die Definitionen der oben genannten Zielgrössen sind weiter unten ersichtlich.

Die FTS Consulting AG optimiert anhand spezifischer Leistungskomponenten die gewünschten Zielgrössen, so dass ein Firmenverkauf als erfolgreich bezeichnet werden kann.

Leistungskomponenten	Verkaufspreis	Liquide Mittel	Risiko	Fortbestand	Unentgeltliche Faktoren
Inhaberabhängigkeit	✓		✓	✓	✓
FTS AtoF Modell	✓	✓		✓	✓
Salär/Dividende/Darlehen		✓			
FTS Strukturhaus			✓	✓	
Betriebsnotwendige Mittel / Referenzgrössen	✓	✓	✓	✓	
FTS Pyramide	✓			✓	
Brokerauswahl	✓		✓		
Potentielle Käufer	✓		✓	✓	✓
FTS Outsmart the system	✓		✓	✓	✓
Due Diligence			✓		
Finanzierung	✓				
Kaufpreis-Mechanismus	✓	✓	✓	✓	
Rechtliche Erfolgsfaktoren			✓		✓

Abb.: Was ein erfolgreicher Unternehmensverkauf auszeichnet: Die Zielgrössen und FTS-Leistungskomponenten

Dank unserer Erfahrung aus über 110 Transaktionen und Firmenbewertungen wissen wir, um die wichtigsten Hebel der Erfolgsfaktoren Bescheid und erkennen die kritischen Stolpersteine im Unternehmensverkauf. Unser Ziel ist es, die bestehenden Transaktionsrisiken des Unternehmens spezifisch zu minimieren. Ferner bauen wir die jeweiligen USP, Stärken und Chancen des Unternehmens aus und stehen dem Eigentümer mit Rat und Tat zur Seite, z.B. rund um das Thema «Erfolgreiche Unternehmensführung hinsichtlich eines Verkaufs». Nur anhand einer gezielten und praxiserprobten Verkaufsstrategie ist ein Firmenverkauf erfolgreich umsetzbar. Die Transaktionsvorbereitungen entsprechen dem Fundament eines Hauses: Das Fundament bildet dabei die tragende Basis, auf welcher anschliessend das Haus mit mehreren Stockwerken erbaut wird.

Definitionen der Zielgrössen:

- ◆ **Verkaufspreis:** Beim Unternehmensverkauf ist es das Ziel den bestmöglichen Verkaufspreis zu erreichen. Der Verkaufspreis eines Unternehmens und der Unternehmenswert sind nicht immer kongruent. Anhand unserer praxis- und transaktionsorientierten Massnahmen und unserer erprobten Verkaufsstrategie erhöhen wir die Möglichkeit den bestmöglichen Verkaufspreis zu erzielen.
- ◆ **Bezug weiterer Mittel** (Liquide Mittel, andere UV/AV): Eigentümer von überliquiden Firmen sollten vor einem Verkauf die nicht betriebsnotwendigen Mittel ausschütten. Des Weiteren sollten die privat genutzten Wertgegenstände vor dem Firmenverkauf ebenfalls aus dem Unternehmen (innerhalb des gesetzlichen Rahmens) entnommen werden.
- ◆ **Risiko** (Transaktion und im Nachgang): Ein Firmenverkauf birgt unzählige Risiken für das Unternehmen selbst, aber auch für den Eigentümer. Es ist deshalb zentral, dass die Risiken individuell eruiert und anschliessend gezielt minimiert werden. Ein gewisses Restrisiko bleibt immer bestehen – ein fachkundiger Berater und adäquate Verträge schützen hier jedoch weitgehendst.
- ◆ **Fortbestand des Unternehmens:** Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist das Weiterbestehen des Unternehmens. Es erfüllt einen Inhaber mit Stolz und Genugtuung, wenn das Unternehmen auch nach der Übergabe floriert und die Mitarbeitenden, Kunden sowie Lieferanten zufrieden sind. Der ehemalige Inhaber kann das Wohlergehen und den Erfolgskurs des Unternehmens massgeblich beeinflussen.
- ◆ **Sonstige unentgeltliche Komponenten** (z.B. Verhältnis zum Käufer etc.): Neben den monetären Erfolgsfaktoren sind ebenfalls die unentgeltlichen Komponenten bei einem Unternehmensverkauf wichtig. Dies beinhaltet z.B. eine persönliche und konstruktive Beziehung zum Käufer sowie Bestimmungen im Kaufvertrag, welche die Individualität und Gewohnheiten im Alltag nicht einschränken sollen. Weiter ist es vielen Verkäufern ein grosses Anliegen, dass sowohl die Mitarbeitenden wie auch die Kunden oder Lieferanten auch in der Zukunft eine gute Geschäftsbeziehung pflegen.