



Unternehmensnachfolge – Der Unterschied zwischen Wert und Preis

Die Nachfolge in einem Unternehmen ist ein komplexer, aber für alle Beteiligten bedeutungsvoller Prozess. Es ist wichtig zu verstehen, dass der Wert eines Unternehmens nicht gleichbedeutend mit dem Preis ist, den es bei einem Verkauf erzielen kann. Im Artikel zeigen wir die Unterschiede auf und welche Faktoren den Kaufpreis auch noch beeinflussen.

Der Wert eines Unternehmens bezieht sich unter anderem auf die finanzielle Stärke, den Ruf und die Marktposition, die das langfristige Wachstum und die Rentabilität beeinflussen. Der Preis hingegen ist der Betrag, den ein Käufer bereit ist, für das Unternehmen zu zahlen. Daher wird der Kaufpreis von verschiedenen Faktoren beeinflusst, die im Folgenden genauer betrachtet werden.

Risiken und Abhängigkeiten

Insbesondere im KMU-Bereich gibt es unternehmensspezifische Risiken, die in die Preisberechnungen einbezogen werden. Dazu gehören unter anderem personelle Abhängigkeiten, Klumpenrisiken bei Kunden und Lieferanten sowie rechtliche Risiken. Je höher das Risiko, desto niedriger der Kaufpreis. Es ist daher wichtig, dass der Verkäufer das Risiko minimiert, indem er rechtliche und finanzielle Verpflichtungen klärt und eine gute Kunden- und Lieferantenstruktur aufbaut. Wir empfehlen Unternehmen, ihre persönlichen Abhängigkeiten im Unternehmen frühzeitig zu reduzieren, beispielsweise durch die Einführung einer Stellvertreterregelung oder die Aufteilung wichtiger Aufgaben auf verschiedene Personen.

Stabilität des Geschäftsverlaufs

Die Stabilität des Geschäftsverlaufs ist ein wichtiger Faktor, der den Kaufpreis beeinflusst. Potenzielle Käufer möchten ein Unternehmen erwerben, das in der Lage ist, langfristig stabile Erträge zu erzielen. Schwankungen stehen aus Sicht des Käufers für Unsicherheiten, die für ihn schwer zu bewerten sind. Ein gut geführtes Unternehmen mit einem nachweislich stabilen Geschäftsverlauf wird daher zu einem höheren Preis verkauft als ein Unternehmen, das Schwankungen aufweist.

Zukunftspotenzial versus Vergangenheit

Während die Vergangenheitswerte wie Umsatz und Gewinn wichtige Indikatoren für die Preisfindung sind, ist es vor allem das Zukunftspotenzial, das den Kaufpreis nach oben treibt. Das Wachstumspotenzial wird durch die Marktposition, die Produktlinien und die Fähigkeit des Unternehmens, neue Kunden zu gewinnen, beeinflusst. Ein Unternehmen mit einem hohen Potenzial für zukünftiges Wachstum und Erfolg wird in der Regel einen höheren Kaufpreis erzielen können als ein Unternehmen mit begrenztem Zukunftspotenzial.

Der Einfluss der Marktentwicklung bzw. der Konjunktur

Schliesslich beeinflusst auch die Marktentwicklung bzw. die Konjunktur den Kaufpreis des Unternehmens. In einer wirtschaftlichen Boomphase, in der die Märkte florieren und das Vertrauen der Investoren hoch ist, kann ein Unternehmen zu einem höheren Preis verkauft werden als in einer wirtschaftlichen Rezessionsphase, in der das Vertrauen der Investoren sinkt. Eine positive Marktentwicklung kann wiederum auch das Zukunftspotenzial des Unternehmens erhöhen und somit den Kaufpreis steigern.

Unterschiedliche Bewertungsmethoden

Zur Ermittlung des Unternehmenswertes können unterschiedliche Methoden angewendet werden. Der Ertragswert basiert auf den Erträgen des Unternehmens und wird anhand von Vergangenheitswerten, Prognosen und Schätzungen berechnet. Der Substanzwert hingegen bezieht sich auf den materiellen Wert des Unternehmens, einschliesslich der Vermögenswerte wie Grundstücke, Gebäude und Maschinen. Ebenso gibt es weitere Methoden, beispielsweise die Discounted-Cashflow-Methode



(DCF). In der Praxis wird für die Wertermittlung eines Unternehmens oftmals ein Mix unterschiedlicher Methoden angewendet.

Sichtweise von Käufer und Verkäufer

Die unterschiedlichen Perspektiven der beteiligten Parteien beeinflussen den Kaufpreis ebenfalls. Während der Verkäufer in der Regel einen möglichst hohen Preis für sein Lebenswerk erhalten möchte, ist für den Käufer in erster Linie der realistische, zukunftsbezogene Wert des Unternehmens von Interesse. Aus diesem Grund kann es zu einer Diskrepanz zwischen dem geforderten Preis des Verkäufers und dem tatsächlichen Wert des Unternehmens kommen. Es ist daher wichtig, dass beide Seiten realistische Vorstellungen haben und eine gemeinsame Basis für die Verhandlungen finden, um optimalerweise eine Win-Win-Situation zu erreichen.

Frühzeitige Planung unterstützt in der Optimierung

Ein Verkäufer, der sich erst verhältnismässig spät mit einem Verkauf seines Unternehmens auseinandersetzt, gerät gegebenenfalls unter Zeitdruck, was zu limitierten Optimierungsmöglichkeiten führt. Beschäftigt sich ein Unternehmer frühzeitig mit dem zukünftigen Verkauf, sind kurz- und mittelfristige steuerliche Optimierungen umsetzbar, und eine überschüssige nicht-betriebliche Substanz kann beispielsweise gestaffelt entnommen werden. Es resultiert demnach ein höherer Gesamtbetrag, der im Rahmen des Verkaufs und der dazugehörigen Vorbereitungen realisiert werden kann.

Fazit

Der Kaufpreis eines Unternehmens hängt von verschiedenen Faktoren ab. Grundsätzlich ist es für Verkaufsverhandlungen sinnvoll, den ermittelten Unternehmenswert als Richtwert zu betrachten, der einem bei der gemeinsamen Kaufpreisfindung hilft. Der Kaufpreis sollte als Teil des Gesamtpakets angeschaut und mit weiteren Aspekten wie Ausschüttungen in der Vorbereitungsphase, Länge der Übergangszeit und Weiterbeschäftigung der Mitarbeitenden evaluiert werden. Eine sorgfältige Vorbereitung und die Wahl des richtigen Beraters können dazu beitragen, den Verkaufsprozess zu erleichtern und sicherzustellen, dass das Unternehmen in guten Händen weitergeführt wird.



Moritz Döbbling
Mandatsleiter M&A
Mitglied des Kaders
Zürich



Julia Gathen
Mandatsleiterin M&A
Mitglied des Kaders
Zürich

