

Workbook: Ihr Weg zum erfolgreichen Unternehmensverkauf *Ein kompakter Leitfaden für Unternehmer in der Schweiz, Deutschland und Österreich*

1. Einleitung: Warum dieses Workbook?

Wenn Sie als Unternehmer darüber nachdenken, Ihr Unternehmen zu verkaufen, betreten Sie meist Neuland. Es ist eine Entscheidung, die mit vielen Emotionen, Unsicherheiten und offenen Fragen verbunden ist. Genau hier setzt dieses Workbook an: Es soll Ihnen Orientierung geben. Klar, strukturiert und praxisnah.

Dieses Workbook richtet sich an Unternehmer in der Schweiz, in Deutschland und Österreich, die den Verkaufsprozess verstehen möchten, um ihn gezielt und mit einem starken Partner an ihrer Seite anzugehen. Sie erfahren, wie ein Unternehmensverkauf abläuft, worauf es in den einzelnen Phasen ankommt und worin der konkrete Nutzen einer professionellen Begleitung liegt.

Nach der Lektüre werden Sie:

- den typischen Ablauf eines Unternehmensverkaufs verstehen,
- wissen, welche Schritte notwendig sind und worauf zu achten ist,
- typische Fehler vermeiden können,
- und einschätzen, wie Sie diesen Weg erfolgreich gestalten.

Sie könnten nach diesem Workbook theoretisch alles selbst tun – aber Sie werden auch verstehen, warum Erfahrung, Marktkenntnis und Fingerspitzengefühl im Verkaufsprozess oft entscheidend sind.

Lassen Sie uns gemeinsam einen Blick hinter die Kulissen werfen. Ihr unternehmerischer Erfolg verdient einen ebenso erfolgreichen Abschluss.

2. Warum Unternehmer beim Verkauf oft scheitern – und wie man es besser macht

Der Verkauf eines Unternehmens ist komplex. Trotzdem wird er von vielen Unternehmern unterschätzt. Die Folge: Enttäuschung, verlorene Zeit oder ein

Verkauf weit unter Wert. Wer die häufigsten Fehler kennt, kann gezielt gegensteuern.

Emotionalität über Vernunft Viele Unternehmer haben ihr Lebenswerk aufgebaut. Die emotionale Bindung erschwert objektive Entscheidungen. Das führt oft zu unrealistischen Preisvorstellungen oder zur Ablehnung guter Angebote.

Keine strukturierte Vorbereitung Oft fehlen solide Unterlagen, eine professionelle Verkaufsdokumentation oder klare Prozesse. Das schreckt ernsthafte Käufer ab und macht den Verkaufsprozess länger und anstrengender.

Falsche oder fehlende Bewertung Ein „gefühlter“ Unternehmenswert ist keine Verhandlungsgrundlage. Ohne nachvollziehbare Bewertung wird Vertrauen verspielt und der Verkaufsprozess gerät ins Stocken.

Zu wenig Reichweite bei der Käufersuche Ein Inserat allein reicht nicht. Wer nur lokal oder einseitig sucht, erreicht oft nicht die passenden Interessenten. Das senkt den Verkaufserfolg erheblich.

Unklare Kommunikation und fehlende Vertraulichkeit Ein zu offener Umgang mit dem Verkauf kann intern und extern für Unruhe sorgen. Gleichzeitig verlieren viele Unternehmer die Kontrolle darüber, wer welche Informationen erhält.

Wie macht man es besser? Mit einem strukturierten Prozess, realistischen Erwartungen und einer professionellen Begleitung. So steigern Sie nicht nur Ihre Erfolgchancen, sondern auch den Verkaufspreis.

3. Der strukturierte Verkaufsprozess – Schritt für Schritt erklärt

Ein erfolgreicher Unternehmensverkauf folgt einem klaren Ablauf. Jeder Schritt baut auf dem vorherigen auf. Transparenz und Planung sorgen dabei für Vertrauen und Tempo.

1. Vorbereitung & Bewertung Der erste Schritt ist die fundierte Bewertung Ihres Unternehmens. Nur wer seinen Marktwert kennt, kann souverän verhandeln.

2. Verkaufsdokumentation erstellen In einem ansprechend gestalteten Exposé werden die Stärken, Kennzahlen und Potenziale Ihres Unternehmens dargestellt. Das ist Ihre Visitenkarte für Interessenten.

3. Käuferansprache & Inserate Auf speziellen Plattformen in der Schweiz, Deutschland und Österreich wird Ihr Unternehmen anonym beworben. Ziel: maximale Reichweite bei voller Diskretion.

4. Interessentenmanagement & NDA Erst nach Unterzeichnung einer Geheimhaltungsvereinbarung (NDA) erhalten ernsthafte Interessenten weitere Unterlagen.

5. Verhandlungen & Letter of Intent (LOI) Konkrete Gespräche führen zu einem LOI, der die Eckpunkte der Transaktion festhält. Er schafft Verbindlichkeit.

6. Due Diligence (Sorgfältigkeitsprüfung) Die Interessenten prüfen Ihr Unternehmen auf Herz und Nieren. Gute Vorbereitung ist hier der Schlüssel.

7. Kaufvertrag & Abschluss Auf Basis der Due Diligence wird ein individueller Kaufvertrag erstellt. Mit der Unterschrift ist der Verkauf abgeschlossen.

Ein strukturierter Prozess sichert nicht nur den Erfolg, sondern spart Zeit, Nerven und Geld.

4. Schritt 1: Die professionelle Unternehmensbewertung

Die Unternehmensbewertung ist das Fundament des gesamten Verkaufsprozesses. Sie schafft Klarheit für Sie als Verkäufer – und Vertrauen bei potenziellen Käufern.

Warum eine Bewertung so wichtig ist:

- Sie zeigt Ihnen, ob Ihre Preisvorstellung realistisch ist.
- Sie bildet die Grundlage für ernsthafte Verhandlungen.
- Sie verhindert emotionale Fehleinschätzungen.

Welche Bewertungsverfahren gibt es?

- Substanzwertverfahren: Bewertung der materiellen Werte.
- Ertragswertverfahren: Bewertung basierend auf zukünftigen Gewinnen.
- Discounted Cash Flow (DCF): Kapitalwertmethode mit Prognosen.

Diese Verfahren sind theoretisch fundiert, in der Praxis kleiner Unternehmen jedoch nicht immer sinnvoll einsetzbar. Entscheidend ist vielmehr die Performance Ihres Unternehmens und der sogenannte Branchenmultiplikator. Gerade Banken und Investoren betrachten insbesondere den Return on Investment (ROI) und die Ertragskraft.

In der Praxis wird meist eine pragmatische Mischung verwendet, abgestimmt auf Branche, Betriebsgrösse und Marktsituation.

Ihr Vorteil durch professionelle Bewertung: Sie starten den Verkaufsprozess mit einer realistischen Grundlage, die Vertrauen schafft und unnötige Diskussionen verhindert. Das verkürzt den Prozess und erhöht die Abschlusswahrscheinlichkeit.

5. Schritt 2: Die Verkaufsdokumentation – Das Unternehmen ins beste Licht rücken

Die Verkaufsdokumentation ist Ihre Bühne. Hier stellen Sie Ihr Unternehmen potenziellen Käufern vor – professionell, strukturiert und überzeugend.

Was gehört in eine gute Verkaufsdokumentation?

- Unternehmensportrait (Historie, Vision, Standorte)
- Produkte / Dienstleistungen
- Markt- und Wettbewerbsumfeld
- Organigramm und Team
- Kennzahlen (letzte 3 Jahre)
- USP und Potenziale
- Investitionsbedarf / Risiken

Warum ist professionelle Gestaltung so wichtig? Eine gut strukturierte und visuell ansprechende Dokumentation wirkt seriös. Sie erleichtert das Verständnis und steigert die Attraktivität Ihres Angebots.

Ihr Nutzen:

- Sie wecken echtes Interesse.

- Sie lenken die Aufmerksamkeit auf die Stärken.
- Sie liefern alle relevanten Fakten ohne sich preiszugeben.

Diese Dokumentation wird später nur an geprüfte Interessenten weitergegeben. Sie ist damit Ihr zentrales Verkaufsinstrument.

6. Schritt 3: Käufer finden – wo und wie man richtig inseriert

Die besten Unterlagen helfen nichts, wenn niemand davon erfährt. Eine gezielte Käuferansprache ist daher entscheidend.

Wo wird inseriert? In der DACH-Region gibt es etablierte Plattformen für Unternehmensverkäufe. Zum Beispiel:

Schweiz: [companymarket.ch](https://www.companymarket.ch), [firmo.ch](https://www.firmo.ch), [nachfolgeportal.ch](https://www.nachfolgeportal.ch)

Deutschland: [nexxt-change.org](https://www.nexxt-change.org), [dub.de](https://www.dub.de)

Österreich: [firmenboerse.at](https://www.firmenboerse.at)

Wie sieht ein gutes Inserat aus?

- Kurze, anonyme Beschreibung
- Branche, Standort (regionale Angabe)
- Kennzahlen (Umsatz, Gewinnbereiche)
- Besonderheiten und Chancen

Warum Diskretion wichtig ist: Sie wollen keine Unruhe im Team oder bei Kunden auslösen. Deshalb bleiben Name und Details zunächst anonym. Erst nach NDA folgen konkrete Infos.

Ihr Nutzen:

- Zugang zu einer breiten Interessentenbasis
- Schutz Ihrer Identität
- Kontrolle über die Kommunikation

Ein professionelles Inserat ist Ihr Schaufenster. Hier beginnt die Reise für den Käufer.

7. Schritt 4: Interessentenmanagement & Geheimhaltung (NDA)

Sobald erste Interessenten auf Ihr Inserat reagieren, beginnt die eigentliche Kommunikation. Jetzt ist Fingerspitzengefühl gefragt.

Wie geht man mit Anfragen um?

- Zuerst prüfen: Wer ist der Interessent?
- Dann: Versand einer standardisierten NDA (Geheimhaltungsvereinbarung)
- Erst nach Unterzeichnung: Versand der Verkaufsdokumentation

Warum ist das wichtig?

- Schutz Ihrer sensiblen Informationen
- Frühauswahl seriöser Interessenten
- Wahrung der Diskretion

Was sollte in der NDA geregelt sein?

- Keine Weitergabe der Infos
- Keine Kontaktaufnahme mit Mitarbeitenden/Kunden
- Rückgabe/Löschung aller Daten bei Absage

Ihr Nutzen:

- Sie behalten die Kontrolle
- Sie sichern Ihre Marktposition
- Sie bauen Vertrauen durch Professionalität auf

Ein guter Verkaufsprozess ist immer auch ein Prozess des Filterns. Die NDA ist dabei Ihr erstes Türschloss.

8. Schritt 5: Der Letter of Intent (LOI)

Wenn ein Käufer ernsthaft interessiert ist, folgt der nächste Meilenstein: der Letter of Intent (LOI). Er ist das schriftliche Signal für den Willen zum Kauf.

Was ist ein LOI? Ein LOI ist eine Absichtserklärung. Er ist rechtlich nicht bindend, aber moralisch stark verpflichtend. Er enthält:

- Kaufpreisvorstellung
- Zahlungsmodalitäten
- Zeitplan
- Exklusivitätsvereinbarung
- Bedingungen (z. B. Finanzierung, Due Diligence)

Warum ist der LOI so wichtig?

- Er schafft Verbindlichkeit
- Er strukturiert den weiteren Ablauf
- Er sichert Ihnen ernsthafte Verhandlungen

Ihr Nutzen:

- Sie gewinnen Klarheit über das Angebot
- Sie können intern besser planen
- Sie erhalten eine solide Verhandlungsbasis

Mit dem LOI ist der Weg frei für die Due Diligence. Jetzt wird es konkret.

9. Schritt 6: Die Due Diligence – gut vorbereitet ist halb gewonnen

Die Due Diligence ist die detaillierte Prüfung Ihres Unternehmens durch den Kaufinteressenten. Was hier zutage tritt, entscheidet oft über Erfolg oder Scheitern des Deals.

Was wird geprüft?

- Jahresabschlüsse, Bilanzen, Buchhaltung
- Verträge (Miete, Kunden, Lieferanten)
- Mitarbeitendendaten, Löhne, Arbeitsverträge
- Steuern, Pensionskasse, AHV-Beiträge

- Rechtliche Risiken

Wie bereitet man sich vor?

- Dokumente digital strukturieren (z. B. Datenraum)
- Frühzeitig Ordnung schaffen
- Offene Fragen proaktiv klären

Ihr Nutzen:

- Schnellere Abwicklung
- Weniger Rückfragen
- Höheres Vertrauen des Käufers

Wer hier überzeugt, macht den Unterschied. Ihre Sorgfalt zahlt sich direkt im Kaufpreis und Tempo aus.

10. Schritt 7: Der Kaufvertrag – der letzte, wichtige Schritt

Am Ende des Prozesses steht der Kaufvertrag. Er regelt alle Details und stellt sicher, dass beide Seiten mit gutem Gefühl abschliessen können.

Was steht im Kaufvertrag?

- Kaufpreis und Zahlungsart
- Übergabetermin
- Haftungen und Garantien
- Übernahme von Mitarbeitenden, Verträgen, Inventar
- Wettbewerbsverbote, Beratungsleistungen

Warum sollte er individuell erstellt werden? Jedes Unternehmen ist anders. Standardverträge decken oft nicht alle relevanten Aspekte ab. Ein erfahrener Anwalt kennt die Fallstricke.

Ihr Nutzen:

- Rechtliche Sicherheit

- Schutz vor späteren Konflikten
- Klarheit für beide Seiten

Mit der Unterschrift ist der Verkauf vollzogen. Der neue Eigentümer übernimmt, und Sie können mit einem guten Gefühl abschliessen.

11. Fazit: Verkaufserfolg ist planbar – mit dem richtigen Partner

Der Verkauf eines Unternehmens ist kein Zufallsprodukt. Wer den Prozess kennt, kann ihn erfolgreich gestalten. Dieses Workbook hat Ihnen gezeigt, welche Schritte notwendig sind, worauf es ankommt und wo typische Stolpersteine lauern.

Theoretisch können Sie den Prozess nun selbst angehen. Praktisch zeigt die Erfahrung: Mit professioneller Begleitung erreichen Sie bessere Ergebnisse, sparen Zeit und vermeiden Fehler, die teuer werden können.

Wenn Sie bereit sind, unterstützen wir Sie gerne auf diesem Weg – mit Erfahrung, Struktur und dem richtigen Gespür für Menschen und Werte.

Denn Ihr Lebenswerk verdient einen erfolgreichen Abschluss.

Herzlichst Ihr Michael Schulze - Geschäftsführer von MSC Swiss Consulting