

Unternehmensbewertung

Daniel Faust
Dr. Mathias Scheiblich

27. JUNI 2024



Die Nachfolgemoderation der IHK Region Stuttgart

- **Orientieren** – Erstberatung bei der Unternehmensnachfolge
- **Suchen** – Unterstützung bei der Suche nach einem geeigneten Nachfolger
- **Kontaktieren** – Einleitung von direkten Kontakten beider Nachfolgeparteien
- **Moderieren** – Begleitung der persönlichen Gespräche im Rahmen des Übergabeprozesses
- **Netzwerken** – Aufbau eines Betreuungsnetzwerks in der Region

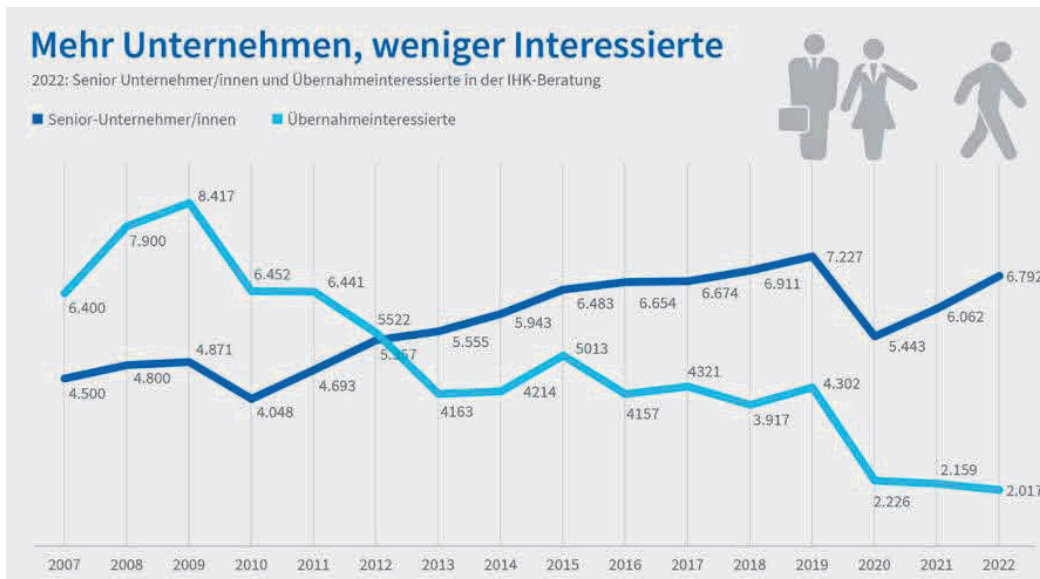
Alexander Ummenhofer
Telefon +49(711)2005-1308
alexander.ummenhofer@stuttgart.ihk.de



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Kofinanziert vom Ministerium für
Wirtschaft, Arbeit und Tourismus
Baden-Württemberg

Betreuungsbedarf bei der Unternehmensnachfolge



© IHK Region Stuttgart


Quellen: DIHK-Report Unternehmensnachfolge 2023

IHK-Veranstaltungsreihe zur Unternehmensnachfolge

- **13. März:** Webinar: Die Nachfolgebörse next-change
- **26. März:** IHK Nachfolge-Club
- **18. April:** Unternehmensverkauf
- **16. Mai:** Nachfolge im Familienunternehmen
- **18. Juni:** Notfallkoffer - Wenn die Geschäftsführung plötzlich ausfällt
- **27. Juni:** Unternehmensbewertung
- **11. Juli:** Nachfolgeregelung außerhalb der Familie
- **27. September:** 11. Stuttgarter Nachfolgetag

© IHK Region Stuttgart

IHK-Podcast & Sonderheft „Nachfolge“



20. Vereinbarkeit von Lebenswünschen - Lena Schaumann
Wie vereinbare ich die Nachfolge mit meinen anderen Lebenswünschen?

▶ Episode abspielen 40:11

Abonnieren Teilen

(Siehe auch: www.ihk.de/kassel-marburg, Nr. 5779460)



(Siehe auch: www.stuttgart.ihk.de, Nr. 5781956)

CARS 2.0 – Cluster Automotive Region Stuttgart 2.0

Beim **kostenfreien Transformations-Check vor Ort** im Unternehmen ermitteln wir die individuellen Herausforderungen in den Themenfeldern Produkt/Dienstleistung, Markt, Mitarbeiter & Nachhaltigkeit.

Sie erhalten von uns eine **detaillierte Aufstellung von Angeboten**, um Ihr Unternehmen erfolgreich durch die Transformation zu führen.

Jetzt unter **0711 2005-1557** oder **transformation@stuttgart.ihk.de** kostenfrei einen Beratungstermin vereinbaren!



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Heute erwartet Sie ...

- **17:00 Uhr:** Begrüßung
- **17:05 Uhr:** **Unternehmensbewertung**
Daniel Faust
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater
Gesellschafter, Geschäftsführer
WirtschaftsTreuhand GmbH, Stuttgart - Ludwigsburg
- **18:30 Uhr:** Übergabe / Pause
- **18:45 Uhr:** **Exkurs: Unternehmens-Exposés**
Dr. Mathias Scheiblich
Dipl.-Wirtschaftsingenieur
RKW Baden-Württemberg, Stuttgart
- **19:15 Uhr:** Abschluss, Diskussion



Unternehmensbewertung

„Wert ist nicht gleich Preis“

Informationen und Anregungen zur
Unternehmensbewertung

Stuttgart, den 27. Juni 2024



KONTAKTDATEN

Daniel Faust

Wirtschaftsprüfer | Steuerberater
Geschäftsführender Gesellschafter
Certified Valuation Analyst (CVA)

daniel.faust@wirtschaftstreuhand.de
+49 (0) 711 / 48931-515

TÄTIGKEITSSCHWERPUNKTE

- Prüfung von nach HGB- und / oder nach IFRS aufgestellten Einzel- und Konzernabschlüssen mittelständischer Unternehmen
- Unternehmensbewertungen
- Erstellung von Jahresabschlüssen mittelständischer Unternehmen
- Steuerliche Beratung
- Betriebswirtschaftliche Beratung

1

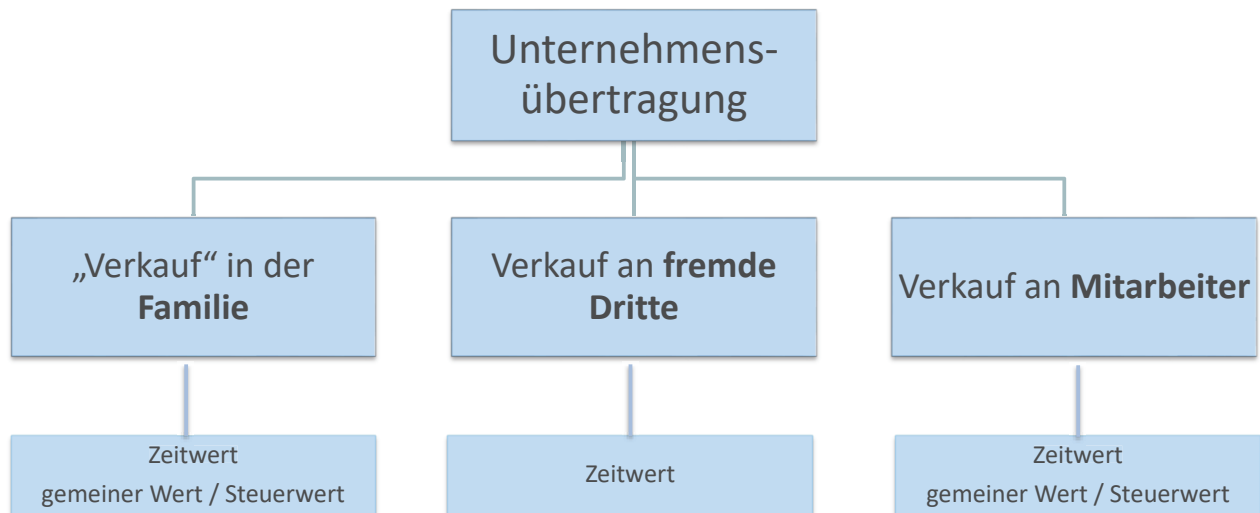
Übertragungsprozess

➤ Frühzeitige Vorbereitung auf die Unternehmensübertragung / Unternehmensnachfolge ist unerlässlich, um das Unternehmen am Markt zu erhalten!

- Ist das Unternehmen überhaupt übertragungsfähig?
- Wer kommt für die Nachfolge in Frage?
- Wer übernimmt die Unternehmensführung? } **Werttreiber**
- Was ist Ihr Unternehmen Wert?
- Wie ist der Versorgungsbedarf des Übergebers?
- Welche rechtlichen, familienrechtlichen und steuerlichen Punkte sind zu beachten?
- Strukturierung der Übergabe / Übertragung (was geschieht mit dem Immobilienbesitz, steuerliche Gestaltungen)

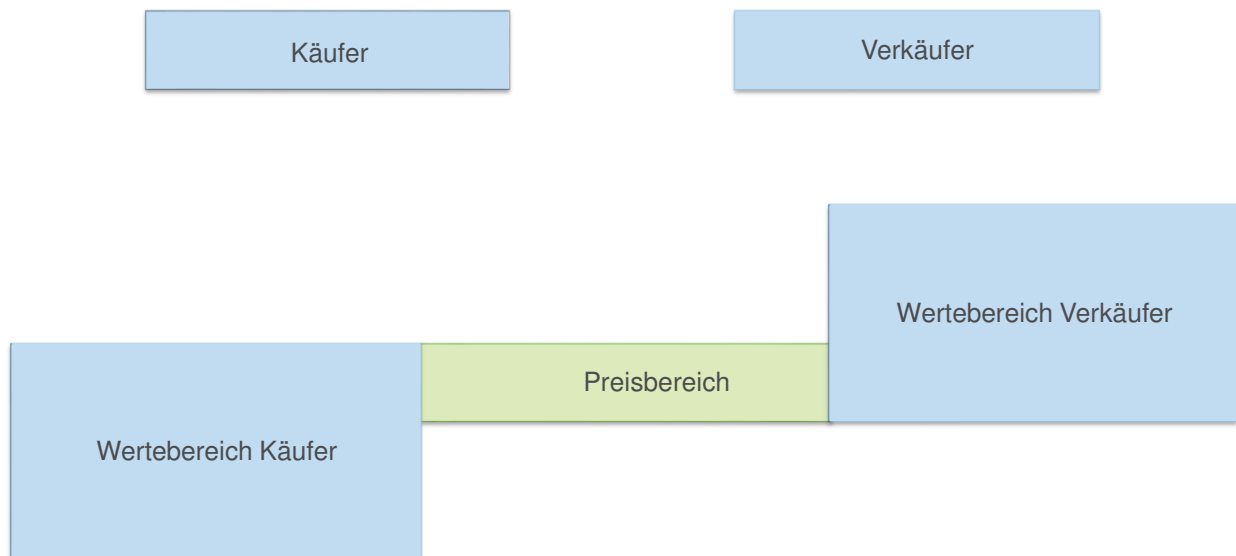
2

- Im Zusammenhang mit den nachfolgenden Übertragungsvarianten entstehen verschiedene Bewertungsanlässe



1. Wert ≠ Preis
2. Übertragungsvarianten / Bewertungsanlässe
3. Methoden zur Unternehmensbewertung
4. Gestaltungsfragen für die Wertfindung
5. Empfehlungen
6. ... How To Do ...

Übertragungsprozess MEHRFACHE PREISFINDUNG



5

1. Wert \neq Preis

In der Höhe des **Kaufpreises** liegt **häufig** ein Grund für **Differenzen** zwischen dem Altinhaber und dem potentiellen Unternehmensnachfolger

=> ein Grund für das Scheitern der Nachfolge / Übertragung!

- Der **Nachfolger** möchte einen möglichst **geringen** Kaufpreis zahlen.
 - Was kann **nachhaltig** übertragen werden?
 - Hohe Finanzierungslasten aus dem Kaufpreis / Finanzplan des Käufers
 - Existenzrisiko für den Fall des Scheiterns
- Der **Unternehmer** setzt oft den Wert seines Unternehmens **hoch** an.
 - Über viele Jahre Kern des gesamten Schaffens und oft Lebens
 - Ertragskraft ist ja gegeben; seit vielen Jahren

6

⇒ **Gefahr bei zu hohem Kaufpreis**

- a) EINEN KÄUFER ZU FINDEN
- b) Unternehmen kann Finanzierungslasten nicht tragen - Insolvenz

➤ Definition – **Preis:**

Der Preis eines Gutes bildet sich auf einem Markt, durch das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage.

➤ Definition – **Wert:**

Der Wert ist die aggregierte Preisvorstellung einer Gruppe von Marktteilnehmern oder eines Marktteilnehmers (Unternehmensbewertungsmethode).

1. Wert ≠ Preis

Bei der Wertermittlung versucht man – in der Regel durch Anwendung standardisierter Verfahren – eine möglichst objektivierete Aussage über den Wert einer Sache zu machen.

Objektivierter Wert (Bandbreiten)

Subjektiver Wert (aus Käufer Sicht / aus Verkäufer Sicht)



Der Wert eines Unternehmens setzt sich für jede Partei bzw. bei jedem Interessenten aus anderen Parametern und Einschätzungen zusammen.

2. Übertragungsvarianten/ Bewertungsanlass

<u>Methodik</u>	<u>Verkauf am Markt</u>	<u>Übertragung in der Familie</u>	<u>Anmerkungen</u>
Marktpreis	XX	X	Ausgleich in der Familie
Steuerliches vereinfachtes Ertragswertverfahren	X	XX	Schenkung / Erbschaft Verdeckte Schenkungen
Ertragswertverfahren (mit Anpassung)	X	XX	Pflichtteil Anspruch Zugewinnausgleich
Multiplikatorverfahren (gängige Methode)	XX	X	

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

- „Das Verfahren“ zur Ermittlung des Wertes gibt es nicht!
- Abhängig von Betriebsgröße, Bewertungszweck und Datenlage werden **unterschiedliche** Berechnungs- / **Bewertungsmethoden** angewandt.
- Mögliche Bewertungsmethoden sind:
 - **Ertragswertverfahren** (Standardverfahren WP + allg. Rechtsprechung) } „zukunftsbezogen“
 - Discounted Cash-Flow Verfahren }
 - **Multiplikatorenverfahren** }
 - **Vereinfachtes Ertragswertverfahren** (aktueller steuerlicher Ansatz!)
 - Substanzwertverfahren } Geringe Bedeutung
 - Mischverfahren }

11

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Ertragswertverfahren

Der Ertragswert setzt sich aus dem Barwert der **zukünftigen** Überschüsse bzw. Ausschüttungen zusammen

<u>Beispiel</u>	Planwerte				
	2024 TEUR	2025 TEUR	2026 TEUR	2027 TEUR	Ewige Rente TEUR
prognostizierter Jahresüberschuss (nach Unternehmenssteuern)	1.000	900	950	975	985
./. Betriebsnotwendige Thesaurierung	-50	-45	-48	-49	-49
ausschüttungsfähiger Betrag	950	855	902	926	936
Kapitalisierungszinssatz	8,84%				
Wachstum Ewige Rente	1,00%				
Kapitalisierungsfaktor	0,91878	0,84416	0,77559	0,71260	9,08929
Barwert der Netto-Ausschüttungen	873	722	700	660	8.508
Unternehmenswert zum 31.12.2023	11.462				
Wachstumsrate	1%	11.462			
Wachstumsrate	2%	12.705			
Wachstumsrate	3%	14.375			

12

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Bewertungsparameter, die zu Bandbreiten im Rahmen der Unternehmensbewertung führen können (werden):

- **Prognostizierte Jahresüberschüsse / entnahmefähige Zahlungsüberschüsse**
 - Unternehmensplanung / Planung ist mit Unsicherheit verbunden.
 - Hier können voneinander abweichende Einschätzungen vorliegen (→ Bewertungsspielräume).
 - Zur Verifizierung der Planung ist in der Regel die Analyse der Vergangenheitsdaten und ein Verständnis für die Geschäftstätigkeit erforderlich.
- **Ansatz einer ewigen Rente**
 - Nach einer Detailplanungsphase wird i.d.R. eine ewige Rente (unendliche Lebensdauer) angesetzt.
 - Der hier prognostizierte nachhaltige Ausschüttungsbetrag hat überproportionalen Einfluss auf den Unternehmenswert (→ Bewertungsspielraum).

13

3. Methoden zur Wertermittlung

- **Wachstum in der ewigen Rente**
 - Die übliche Bandbreite des nachhaltigen **Wachstums** liegt zwischen 0 und 3%.
 - Inflation, Branchenwachstum, Innovationskraft etc. beeinflussen das Wachstum.
 - Die zu Grunde gelegte nachhaltige Wachstumsrate hat einen sehr starken Einfluss auf den Unternehmenswert (→ Bewertungsspielraum).
- **Kapitalisierungszinssatz**
 - Alternativenanlagegedanke in eine Risiko- und Laufzeitadäquate Anlage.
 - Zur objektivierbaren Herleitung wird hier meist das Capital Asset Pricing Model (CAPM) verwendet:

$$\text{Kapitalisierungszinssatz} = r_f + \text{MRP} * \beta + \text{Zuschlag}$$

r_f = risikofreie Rendite

MRP = Marktrisikoprämie

β = unternehmensspezifischer Beta-Faktor

(Zuschlag für Größe, Diversifikation)

14

3. Methoden zur Wertermittlung

- Die **risikofreie Rendite** wird i.d.R. aus der Rendite börsennotierter Bundeswertpapiere nach der sogenannten Svensson-Methode abgeleitet.
- Die **Marktrisikoprämie (MRP)** spiegelt den Aufschlag einer risikobehafteten Aktienportfolioanlage gegenüber der risikofreien Rendite wider. Zur Ermittlung gibt es eine Vielzahl von Studien mit zum Teil stark abweichenden Ermittlungsansätzen und Ergebnissen (→ Bewertungsspielraum [6%-8%]).
- Die Ableitung des unternehmensspezifischen Risikos (**Betafaktor**) basiert im Grundmodell auf Kapitalmarktdaten, die für nicht börsennotierte Unternehmen nicht vorliegen. Hier muss bei nicht börsennotierten Unternehmen mit einer hilfswisen Herleitung aus börsennotierten Vergleichsunternehmen oder aus Branchenwerten gearbeitet werden. Die Herleitung aus Vergleichsunternehmen ist i.d.R. sehr aufwendig. Die Ableitung aus Branchenwerten ist ein sehr grober Ansatz der ggf. angepasst werden muss (→ Bewertungsspielraum).
- Zuschlag (Größe, Handelbarkeit der Anteile)

3. Methoden zur Wertermittlung/ Berechnung des Diskontierungssatzes

Berechnung des Kapitalisierungszinssatzes

rek	=	rf	+	$\beta_v * (rm-rf)$	+	Zuschlag
		rf		2,6%		
		β_v		0,729		zwischen 0 und 3 Branche Verschuldung
		rm-rf		7,0%		zwischen 6% und 8 %
		Zuschlag		<u>25,0%</u>		zwischen 0 und 50%
				8,982%		

Berechnung des Wertes der ewigen Rente

Barwertfaktor	=	nachhaltiger Ertrag * 1 / (rek - w)	
w		zwischen 1% und 3%	1,0%

Auswirkung des Verschuldungsgrades

β_v	=	$\beta_{unver} + \beta_{unvers} * (1-s) * FK / EK$
	=	0,65 + 0,65 * 70% 2000/14400
	=	0,729

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Multiplikatorverfahren

Vergleichsverfahren, bei dem **Marktwerte vergleichbarer Unternehmen** zur Wertfindung herangezogen werden.

Bei kleineren Unternehmen, Praxen und Büros werden als Multiplikator auch branchenspezifische Erfahrungssätze auf den Umsatz oder andere Kennzahlen angewendet.

Vorteil: führt schnell zu nachvollziehbaren Ergebnissen, hohe Akzeptanz
Nachteil: hoher Vereinfachungsgrad, Frage der tatsächlichen Vergleichbarkeit, Vergangenheitsorientierung, hoher Anteil pauschaler/nicht individueller Vorgehen

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Beispiel zur Problematik des Multiplikatorverfahrens

Dienstleistungen Multiplikatoren EBIT	7,0
Nachhaltiger Ertrag	200 T€
Unternehmenswert	1.400 T€

In Dienstleistungsunternehmen ist eine Immobilie enthalten	
Immobilie Miete	- 40
Immobilie Abschreibungen	+ 20

Korrigiertes Ergebnis	180
Korrigierter Unternehmenswert	1.260 T€

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Beispiel zur Problematik des Multiplikatorverfahrens

Wert Immobilien			
Miete			40
pauschale Kosten	15%		6
			34
Immobilienbewertungsfaktor		15	
Immobilienwert			510
Unternehmenswert aus Dienstleistung			1.260
			1.770
Gesamtwert			
Ohne Korrektur			1.400

19

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Multiplikatorverfahren

Beispielunternehmen aus der Branche Pharma

		<u>Minimum</u>	<u>Maxium</u>	<u>Mittelwert</u>
Umsatz (Plan 2023)	TEUR	10.000	10.000	10.000
Multiplikator		1,25	1,81	1,53
Gesamtunternehmenswert	TEUR	12.500	18.100	15.300
./. Verzinsliches Fremdkapital	TEUR			
Verbindlichkeiten	TEUR	2.000	2.000	2.000
Eigenkapitalwert	TEUR	10.500	16.100	13.300
		<u>Minimum</u>	<u>Maxium</u>	<u>Mittelwert</u>
EBIT (Plan 2023)	TEUR	1.529	1.529	1.529
Multiplikator		8,00	10,00	9,00
Gesamtunternehmenswert	TEUR	12.229	15.286	13.757
./. Verzinsliches Fremdkapital	TEUR	2.000	2.000	2.000
Eigenkapitalwert	TEUR	10.229	13.286	11.757

20

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

	PRO / CONTRA	
	Ertragswertverfahren	Multiplikatorverfahren
Akzeptanz Rechtsprechung	++	-
Akzeptanz Wirtschaftsprüfung	+	0
Akzeptanz Steuerverwaltung	+	0
richtiger individueller Wert	++	0
Verständlichkeit	0	++
Marktakzeptanz	0	++
Ertragsschwankungen	++	0
Finanzierungsstruktur	++	+
Investitionsplanung	++	0
Steuerliche Verlustvorträge	++	-
Managementfaktor	++	-
Personalstruktur	++	-
Technologiewandel	+	0
spezielle Risiken	++	0

21

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Vereinfachtes Ertragswertverfahren

Bezüglich der Ermittlung steuerlicher Bemessungsgrundlagen besteht unter bestimmten Voraussetzungen ein Wahlrecht zur Anwendung des vereinfachten Ertragswertverfahrens.

Anwendungsvoraussetzungen

- es liegen **keine Börsenkurse** vor,
- es existieren **keine Werte aus Verkäufen** innerhalb des letzten Jahres vor dem Bewertungsstichtag,
- das vereinfachte Ertragswertverfahren führt nicht **offensichtlich** zu **unzutreffenden Ergebnissen**.

Berechnung

- Nachhaltiger Jahresertrag x Kapitalisierungsfaktor,
- nicht betriebsnotwendiges Vermögen ist gesondert mit dem gemeinen Wert anzusetzen.

22

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Vereinfachtes Ertragswertverfahren

- Nachhaltiger Jahresertrag
 - Ableitung aus der Vergangenheit i.d.R. der letzten 3 Wirtschaftsjahre.
 - Künftig absehbare Umsatz- und Gewinneinbrüche werden nicht berücksichtigt.
 - Kapitalisierungsfaktor
- Unternehmen **13,75 pauschal für alle (Jahresüberschuss/steuerbilanzieller Gewinn – nach Steuern !)**

23

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

<u>Beispiel</u>	2020 TEUR	2021 TEUR	2022 TEUR	2023 TEUR	2024 TEUR	2025 TEUR	2026 TEUR	Ewige Rente
ist /prognostizierter Jahresüberschuss (nach Unternehmenssteuern)	1.200	1.400	1.550	1.000	900	950	975	985
./. Betriebsnotwendige Thesaurierung				(50)	(45)	(48)	(49)	(49)
ausschüttungsfähiger Betrag Durchschnittswert	1.200	1.400	1.550	950	855	902	926	936
			1.383					
Kapitalisierungszinssatz				8,84%				
Wachstum Ewige Rente				1,00%				
Kapitalisierungsfaktor			13,75	0,91878	0,84416	0,77559	0,71260	9,08929
Barwert der Netto-Ausschüttungen				873	722	700	660	8.508
Unternehmenswert zum 31.12.2022			19.021	11.462				
Paketzuschlag ???	25%			2.865				
			19.021	14.327				

24

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Substanzwertverfahren

Bewertung der Vermögensgegenstände eines Unternehmens mit deren Marktwert (ggf. auch mit dem Wiederbeschaffungswert oder Liquidationswert), vermindert um die Schulden eines Unternehmens, stellen den Substanzwert dar.

Beispiel Substanzwert

	<u>T-EUR</u>	<u>T-EUR</u>
Vermögenswerte der Gesellschaft		
Grundstück und Gebäude	3.500	
Betriebs- und Geschäftsausstattung	500	
Vorräte	1.100	
Forderungen	830	
flüssige Mittel	500	6.430
./.. Schulden der Gesellschaft		
Ungewisse Verpflichtungen (Rückstellungen)	150	
Verbindlichkeiten bei Kreditinstituten	2.000	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	500	
Sonstige Verbindlichkeiten	80	2.730
= Substanzwert		3.700

- Selbstgeschaffene immaterielle Werte und Firmenwert werden hier nicht berücksichtigt?
- für Steuer-Zwecke als Mindestwert zu beachten

3. Methoden zur Unternehmensbewertung

Mischverfahren

Weiterentwicklung der Einzelbewertungsverfahren. Das Mischverfahren ist eine Kombination aus verschiedenen Verfahren

- Mittelwertverfahren (Substanzwert kombiniert mit Ertragswert)
- Übergewinnverfahren (Substanzwert kombiniert mit Übergewinn)
- Stuttgarter Verfahren (Substanzwert kombiniert mit Ertragswert)

4. Gestaltungsfragen für die Wertfindung

- Ausweis nachhaltiger Ertragskraft in dem Zeitraum des Verkaufs (Vergangenheitswerte)
- Klare Finanzierungsstruktur
- Rechtzeitige Bereinigung von persönlichen Einflüssen – Gehälter, private Aufwendungen.....
- Saubere Strukturierung der unternehmerischen Vermögensstruktur (Gebäude, Pensionsrückstellungen,.....) → steuerliche Fristen
- Klare Aufarbeitung der Stärken des Unternehmens
- Transparente Darstellung der Unternehmensdaten – Kostenrechnung, Erfolgsquellenspaltung, Planrechnung
- Klärung des Managements nach Übergabe, Verkauf, Personalfragen

5. Empfehlung

- Übertragung des Unternehmens an Familienangehörige sowie an fremde Dritte muss sorgfältig geplant werden (einmaliger Vorgang).
- Übertragungsvorgang muss anhand der individuellen Strukturen und Wünschen ausgerichtet werden.
- Eine rechtzeitige Planung unter Berücksichtigung der Wertverhältnisse ist daher außerordentlich wichtig, um frühzeitig steuerliche und gesellschaftsrechtliche Gefahren zu erkennen und entsprechend zu handeln.
- Die Wertfindung muss am Schluss den Marktpreis wiedergeben.

6. ... How To Do

1 Klärung des Unternehmensbewertungszweckes / ZIEL	WIESO	Verkauf, Schenkung
2 Klärung des Bewertungsobjektes	WAS	Firma ganz, Teilen, Asset, Immobilien, Patente sind wo, know how ist wo?, ausländische Töchter
3 Festlegung der Bewertungsverantwortlichen	WER	Verkaufsteam, Steuerliche und rechtliche Berater, Bewerter
4 Zeitpunkt der Bewertung	WANN	umfassende Zeitplanung, Vorbereitungs- und Bereinigungszeit, Konjunktur, Branchenentwicklung, Stärken + Schwächen
5 Anwendung welcher Bewertungsmethoden	WIE	Multiplikator, Ertragswert, DCF - Käufergruppe

6. ... How To Do

6 Aufbereitung der Vergangenheitsdaten	WAS	Transparenz
7 Planungsrechnungen für 3/5 Jahre	WAS	kein Hockeystick, Plausibel, Chancendarstellung, Simulationsrechnungen
8 Beschreibung des Unternehmens, SWOT Analyse	WAS	Neudefinition des ZEITPLANS?
9 Bearbeitung und Verminderung der Risiken	DARSTELLUNG	Dealbreaker, Optimierung, Topzustand
10 Herausarbeitung der Stärken	PREISOPTIMUM	klare Unternehmensdarstellung, Herausarbeitung der Vorteile -FÜR WEN, WELCHEN KÄUFER!!!!

6. ... How To Do

11 Businessplan	DARSTELLUNG	systematische Darstellung des Unternehmens in den Bereichen - Modell, Management, Personal, Märkte, Produktion, Finanzierung...
12 Anwendung der Bewertungsverfahren	WERT 1. ENTWURF	
13 Optimierung des Unternehmenswertes	WERT FINAL	ZIELGRUPPEN, Finanzierungsmodell,
14 Verkaufsfähige Wertermittlung / Präsentation	DARSTELLUNG	VERKAUF

31

Vielen Dank!

Für Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung...

daniel.faust@wirtschaftstreuhand.de

+49 (0) 711 / 48931-515



32

Aufgaben und Inhalte verschiedener Arten von Unternehmens-Exposés

IHK Region Stuttgart

Präsentation

**Referent:
Dr. Mathias Scheiblich**

0

Inhalt I

- Vorstellung Referent
- **Gründe ein Exposé zu erstellen**
- Arten von Exposés
- Welche Unterschiede gibt es?
- Short Profile (SP)-Exposé (anonym) – Inhalte & Erstellung
- Informationsmemorandum (IM)-Exposé (offen) – Inhalte & Erstellung
- **Exposé vs. Unternehmensbewertung**
- Kann ich ein Exposé selbst erstellen?

Inhalt II

- Gründe ein Exposé (noch) nicht zu erstellen?
- **Tipps zur Exposéerstellung**
- Fazit

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

Referent

Dr. Mathias Scheiblich, Dipl.-Wirtschaftsingenieur



- **selbständiger RKW Fachberater mit Partnern**, Büro Heilbronn
- Umfangreiche **unternehmerische Vorerfahrung** als GF-Mitglied und Mitinhaber von sieben Unternehmen mit > 10 Mio. € Umsatz
- **Lehrauftrag für Entrepreneurship und Finance**
- Beratungs- und Coachingenerfahrung: Die letzten 10 Jahre > 500 Fälle

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

Gründe ein Exposé zu erstellen

- Konkrete Anfrage eines Kaufinteressenten
- Anstehende Unternehmensnachfolge/-verkauf
- Einstellung des Unternehmens in die Nexxt-Change Unternehmensbörse der IHK
- Aufnahme eines Gesellschafters wird angestrebt
- Bestandsaufnahme
- Anstehende Vermögensübertragung in der Familie



Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

Arten von Exposé

Exposé

- Anonymisiertes Exposé
- Offenes Kurzexposé (mit Identitätsdaten)
- Offenes Exposé (kleines IM)

Fact Sheet (FH)

- Anonym
- Offen

Short Profile (SP)

- Anonym ←
- Offen

Teaser

- Anonym
- Offen

Informationsmemorandum (IM)

- i.d.R. immer offen ←



Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

▪ Welche Unterschiede gibt es?



- **Beide informieren neutral**
- SP ist kurzer „Appetizer“
- **IM informiert „allumfassend“, ermöglicht Bewertung**
- Sollte nahezu „keine“ Fragen unbeantwortet lassen
- IM ist personalisiert. IM für Herrn Mustermann, Stuttgart, 09.11.2016.

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

Short Profile (SP) Exposé (anonym) (Max. 2 Seiten) - Inhalte

Sitz (Gebiet) und Rechtsform des Unternehmens

Beschreibung des Kerngeschäftes

- Branche
- Alleinstellungsmerkmale
- Kunden und Kundenstruktur
- Export?
- Wettbewerb

Eckdaten Zahlen und Personal (gerundet)

Dealform und Grund des Verkaufs

Rechtliche Aussage – Disclaimer

Matching-Fee

Kontaktdaten



▪ Informationsmemorandum (IM) - Exposé (offen)

Ziele:

- Neutrale Information potenzieller Käufer (keine Schönungen bzw. Übertreibungen, aber auch keine negative Darstellung)
- Entscheidungsgrundlage für potenzielle Käufer über die Weiterverfolgung des Projektes
- Gespräche nur mit „echten“ Interessenten
- Strukturierte und umfassende Grundlage für die Unternehmensbewertung des Käufers
- Nur wenige Rückfragen potenzieller Käufer, da das Informationsmemorandum („IM“) alle in dieser Branche relevanten Fragen beantwortet!



Somit: Zeitersparnis, keine späteren Deal-Breaker, kaum Punkte, die zu einer nachträglichen Reduzierung des Kaufpreises führen können! → Vorteile für VK & Käufer

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

▪ Informationsmemorandum (IM) - Exposé (offen) - Erstellung

Inhalte:

- Management Summary
- Historie und Strategie
- Produktangebot
- Markt und Wettbewerb
- Marketing und Vertrieb
- Rechtliche Situation und Beteiligungen
- Organisation und Personal
- Umfangreicher Zahlenteil IST
- Umfangreicher Zahlenteil PLANUNG (SOLL)



■ Informationsmemorandum (IM) - Exposé (offen) - Erstellung



Inhalte:

Management Summary:

- Wird am Ende erstellt
- Zusammenfassung und Highlights
- Warum wird verkauft?
- Warum gerade jetzt?
- Welcher Käufer wird gesucht?



Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

■ Informationsmemorandum (IM) - Exposé (offen) - Erstellung



Inhalte:

Historie und Strategie:

- Entwicklung des Unternehmens
- Meilensteine
- Strategie für die Zukunft
- SWOT-Analyse (Stärken, Schwäche, Chancen, Risiken)

Produktangebot:

- Vorgehensweise Leistungserstellung
- Deckungsbeiträge der Produkte
- Reklamationsmanagement
- Auslastung, Maschinenpark etc.



Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

■ Informationsmemorandum (IM) - Exposé (offen) - Erstellung



Inhalte:



Markt und Wettbewerb:

- Relevanter Markt und Wettbewerber
- Alleinstellungsmerkmale
- Wettbewerbssituation und Entwicklung in den nächsten Jahren

Marketing und Vertrieb:

- Marketingmaßnahmen
- Umsatzaufteilung
- Wie funktioniert der Vertrieb?
- Top 10 Kunden in % v. Umsatz

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

■ Informationsmemorandum (IM) - Exposé (offen) - Erstellung



Inhalte:



Rechtliche Situation und Beteiligungen:

- Stammkapital etc.
- Beteiligungsverhältnisse und deren Entwicklung
- Besondere Regelungen im Gesellschaftsvertrag
- Besondere Regelungen im Geschäftsführervertrag
- steuerliche Betriebsprüfung wann? Ergebnisse?
- Marken, Patente, Lizenzen, wichtige Verträge

Organisation und Personal:

- Darstellung wie in einem BP
- Fluktuation
- Skill-Matrix der Mitarbeiter

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

■ Informationsmemorandum (IM) - Exposé (offen) - Erstellung

Inhalte:

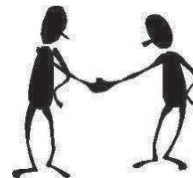


Zahlenteil:

- Historie 3-4 Jahre
- Plausible Planung mit Prämissen und Parametern 3-5 Jahre
- Ggf. Szenarien
- Cash-Flow Rechnung
- Kapitaldienstberechnung
- Wesentliche Positionen in der G+V, Cash-Flow-Rechnung und der Planung erläutern
- Bilanzen 4 J. und Ratingauswertungen der Banken
- Bankenspiegel

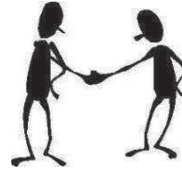
Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

■ Exposé vs. Unternehmens- bewertung



- Im Exposé steht i.d.R. ein Kaufpreis od. dieser wird erfragt
- **Fakt ist: der Kaufpreis muss immer verargumentiert werden.**
- **MERKE: Der Kaufpreis sollte immer in Verbindung mit der Deal Form angegeben werden!**
- **Es taucht nahezu IMMER die Fragen auf: „Wie kommt der Preis zu Stande?“**
- **Die Bewertung UND das Exposé bilden somit immer die Basis der Preisfindung/-verhandlung**
- **Ohne Bewertung in der Kaufpreisverhandlung → „keine Chance“**

■ Exposé vs. Unternehmensbewertung



- **Somit gilt die Regel kein Exposé ohne Unternehmensbewertung!**
- **i.d.R. ist eine sinnvolle Unternehmensnachfolge ohne Unternehmensbewertung nicht möglich.**
- **Erfahrene Unternehmensberater lehnen Mandate in denen keine Bewertung existiert bzw. erstellt werden soll AB!**
- **Auch bei familieninterner Unternehmensnachfolge ist eine Bewertung sinnvoll aus Gerechtigkeitsgründen, steuerl. Gründen und ggf. als Basis für Auszahlungsansprüche.**
- **Für eine Unternehmensbewertung und für einen UNF Deal wird übrigens auch IMMER eine plausible und belastbare Unternehmensplanung benötigt“.**

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

Kann ich ein Exposé selbst erstellen?



- **Ja aber am besten mit Unterstützung.**
- Unprofessionelles Vorgehen kostet mindestens das 10 bis 20-fache.
- **Für die Unternehmensbewertung sollten „spezielle“ „Gesellschafterkosten“ herausgerechnet werden.**
- Beispiele: Ehegattengehalt, „Fuhrpark“, **Miete etc.**

Gründe ein Exposé (*ggf. noch*) nicht zu erstellen?

Ermittelter Unternehmenswert:

- entspricht nicht den Vorstellungen
- Reicht nicht zur Altersversorgung aus
- Reicht nicht aus die Verbindlichkeiten abzulösen
- Steuern zu begleichen
- Kaufpreis nicht finanzierbar (für Käufer)
- Unternehmen ist in der Form nicht „übertragbar“

→ Was dann?



Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

Optimierungen vornehmen

- Zeithorizont am besten 2-3 Jahre
- Maßnahmenplan erstellen
- Plausible Unternehmensplanung erstellen
- Prognosebewertung erstellen
- Weitere Tipps zur Optimierung bekommen Sie auf Anfrage



Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

▪ Tipps zur Exposéerstellung



- Bilder: „Das Auge „isst“ mit“
- Standardfehler vermeiden: „Chancen & Potential“ verkaufen wollen
- Stärken erwähnen (aber neutral)
 - z.B. Facharbeiterstamm, Fertigungstiefe, Innovationen, Patente, Vertrieb ... etc.
- Käufer emotional ansprechen, z.B. Ingenieure über Maschinenpark und seine technischen Daten
- Grobe Zeitschiene für Fahrplan angeben.
- Juristische Haftung beachten: Kataloghaftung und Gewährleistungshaftung → Fachanwalt anschauen lassen

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

Fazit



- **KEIN** Unternehmensexposé bzw. Kaufpreisverhandlungen **OHNE** Unternehmensbewertung!
- Exposé **neutral** formulieren
- **Fleiß** beim Exposé zahlt sich aus!
- Vor dem Verkauf Optimierungsmaßnahmen vornehmen
→ „Die Braut schmücken!“
- 2 – 3 Jahre möglichst 5 Jahre vor dem Verkauf Profis ins Haus holen u. ggf. schon ein Exposé od. Bewertung erstellen lassen

Dr. Mathias Scheiblich www.rkw-bw.de

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Welche Fragen darf ich Ihnen beantworten?



RKW Baden-Württemberg GmbH

Dr. Mathias Scheiblich
Königstraße 49

70173 Stuttgart

Fon: +49 (0)173 5728045
Fax: +49 (0)7131 7669-314
E-Mail: scheiblich@rkw-bw.de

Web: www.rkw-bw.de



**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

