2021

Oakstreet MAGAZIN

ZIELFÜHREND ZUR UNTERNEHMENSNACHFOLGE

DIE TAKTIKEN BEIM UNTERNEHMENS-VERKAUF: Drei Käufer verraten ihre Strategie.

ZU 95% STEUERFREI ÜBER EINE HOLDING-STRUKTUR?
Fachbeitrag zu steuer-rechtlichen Stolpersteinen und Chancen

„WIR HABEN DEN BESTMÖGLICHEN KÄUFER FÜR MEIN UNTERNEHMEN GEFUNDEN."

Einblicke in einen erfolgreichen Verkaufsprozess aus Sicht des Verkäufers

SO WICHTIG WIE DER BLICK AUF DEN KONTOAUSZUG:
Was ist mein Unternehmen wirklich wert?

Oakstreet
Partner des M&A Netzwerks
con|cess

INHALT

SEITE 4
Editorial
Mehrwert schaffen und die richtigen Menschen an den Tisch bringen

SEITE 6
„Wir haben den bestmöglichen Käufer für mein Unternehmen gefunden.“
Unternehmerinterview mit Hans Traut nach dem erfolgreichen Verkauf seines Unternehmens

SEITE 10
Multiplikatorverfahren
Wie viel ist mein Unternehmen wert? Pragmatisch zur aussagefähigen Unternehmensbewertung

SEITE 13
Angebot Unternehmensbewertung
Professionelle Unternehmensbewertung zum Festpreis

Impressum

SEITE 14
Wie Käufer denken
Persönliche Einblicke in die Taktik von Käufern mittelständischer Unternehmen

SEITE 18
Auszug aktueller Suchmandate
Finden Sie jetzt genau den Käufer, der Ihr mittelständisches Unternehmen weiterführt.

SEITE 19
Steuerliche Stolpersteine meiden, Chancen nutzen
Zu 95% steuerfrei über eine Holdingstruktur? Fachbeitrag von Dr. Maren Gräfe, LL.M., und Dr. Claudia Klümpen-Neusel

SEITE 22
Stark verwurzelt – in einem Netzwerk voller Möglichkeiten
Das concess-Netzwerk

SEITE 23
Auszug aktueller Verkaufsobjekte
Finden Sie jetzt genau das mittelständische Unternehmen, das Ihren Vorstellungen entspricht.

Unsere Aufgabe bei einer Unternehmensnachfolge ist im Grunde ganz einfach:

MEHRWERT SCHAFFEN UND DIE RICHTIGEN MENSCHEN AN DEN TISCH BRINGEN

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

ich weiß nicht, wie es Ihnen geht. Aber mir bereitet ein Kundenauftrag nur Freude, wenn wir wirklich etwas für den Kunden bewegen können und einen Mehrwert beitragen. Und genau das ist auch unser Anliegen für dieses Magazin.

Wollten Sie von einem Unternehmer schon immer mal wissen, worin er ganz persönlich das „besondere Geheimnis" seines Erfolges sieht oder wie er den „besten denkbaren Käufer" für sein Unternehmen gefunden hat? Hans Traut verrät es Ihnen im Interview ab Seite 6.

Noch mehr Einblicke bekommen Sie in das Denken und die Taktik von konkreten Käufern mittelständischer Unternehmen: Worauf achten die Käufer schon beim ersten Kontakt? Woran orientieren sich die Käufer bei der Ermittlung des Kaufpreises für ein Angebot? Fällt ein Kaufpreisangebot höher aus, wenn der Verkäufer einen Unternehmensvermittler eingeschaltet hat?

Ab Seite 14 bekommen Sie dazu Antworten von drei ganz unterschiedlichen Typen von Käufern: 1. Der mittelständische Investor, 2. Der strategische Käufer, 3. Der klassische Nachfolger (MBI).

Welche steuerrechtlichen Stolpersteine Sie bei einem Unternehmensverkauf oder einer Nachfolgelösung vermeiden und welche Chancen Sie dabei nützen sollten, verraten Ihnen Frau Dr. Maren Gräfe und Frau Dr. Claudia Klümpen-Neusel in ihrem Fachbeitrag ab Seite 19.

Der regelmäßige Blick auf den Kontoauszug ist für viele selbstverständlich. Ebenso selbstverständlich sollte die frühzeitige Kenntnis eines realistischen Unternehmenswertes, die Entwicklung des Wertes über die Jahre und die Einflussmöglichkeiten durch die Unternehmensführung sein. Unternehmertum lebt von guten Entscheidungen, vor allem aber von der klaren Kenntnis seiner Optionen.

Unser großes Anliegen als Oakstreet-Team: Wir wollen nicht mehr miterleben, wie der Verkauf eines mittelständischen Unternehmens an der Fehleinschätzung zum Unternehmenswert auf der Verkäufer- oder Käuferseite scheitert. Wir wollen auch nicht mehr erfahren, dass ein gutes Unternehmen von einem besser vorbereiteten Käufer deutlich unter Wert erworben wurde. Darum brauchen mittelständische Unternehmer nach unserer Überzeugung einen pragmatischen und aussagefähigen Weg für die Bewertung ihres Unternehmens. Eine Handreichung dazu finden Sie ab Seite 10.

Wir unterstützen als Partner des M&A Netzwerks concess seit über 20 Jahren am Standort München die beiden Seiten einer Nachfolgelösung. Mal den Verkäufer/die Verkäuferin, mal den Käufer/die Käuferin. Nie beide gleichzeitig. Die Erfahrungen aus diesen immer wieder wechselnden und sich ergänzenden Perspektiven finden Sie in den aktuellen Suchanzeigen auf Seite 18 und der Übersicht einiger aktueller Unternehmer, deren Verkauf wir begleiten auf Seite 23. Mehr zum Mehrwert des concess-Netzwerks für die Unternehmensnachfolge lesen Sie auf Seite 22.

Wenn ein wenig Mehrwert auch für Sie dabei ist, freue ich mich über Ihre positive Rückmeldung.
Oder gibt es weitere Themen und Einblicke zur Unternehmensnachfolge oder zum Unternehmensverkauf, die für Sie wertvoll wären?

Schreiben Sie uns:
muenchen@oakstreet.de

Beste Grüße

Ihr Alexander Reichel
Geschäftsführender Gesellschafter
Oakstreet GmbH

Das gesamte Team der Oakstreet wünscht Ihnen **eine spannende Lektüre.**

10 FRAGEN & ANTWORTEN

UNTERNEHMER-
INTERVIEW
MIT HANS TRAUT

Das Oakstreet-Team durfte den erfolgreichen Unternehmer Hans Traut beim Verkauf seines IT-Unternehmens begleiten: „Wir haben den bestmöglichen Käufer für mein Unternehmen gefunden.“

1 Herr Traut, Sie sind jetzt ziemlich genau 29 Jahre als Unternehmer aktiv. Wie geht es Ihnen heute nach dem Verkauf?

HT: Ja, mir geht's nach dem Verkauf sehr, sehr gut, muss ich sagen. Aber mir ist es auch vorher gut gegangen. Ich habe es geschafft, vor ca. zwölf Jahren einen Geschäftsführer im Unternehmen zu installieren, der das gesamte operative Geschäft führt. Somit war ich dann operativ eher außen vor und habe die strategischen Dinge erledigt. Ansonsten bin ich sehr froh, dass ich das alles jetzt so geschafft habe.

2 Was hat Sie damals zur Gründung Ihres Unternehmens motiviert?

HT: Ich war seinerzeit in einem Unternehmen mit ca. 600 Mitarbeitern als Vertriebsleiter beschäftigt. Nachdem der Inhaber des Unternehmens das Unternehmen an einen Konzern verkauft hatte, hatte ich nicht mehr die Möglichkeiten, die ich vorher hatte. Das hat mir dann nicht mehr gefallen. Deshalb habe ich mich in dieser Zeit selbstständig gemacht. Im Nachhinein bin ich sehr froh, dass diese Entwicklung den Ausschlag gegeben hat.

3 Wie müssen wir uns Ihr Unternehmen vorstellen [Umsatz, Mitarbeiter, Leistungen]?

HT: Das Unternehmen Traut Bürokommunikation, das ich vor 29 Jahren gegründet habe, hat im letzten Jahr 7,5 Mio. € Umsatz gemacht. Wir sind ca. 46 Mitarbeiter. Die Angebotspalette hat sich im Laufe dieser 29 Jahre entwickelt. Wir haben begonnen mit Kopiersystemen und sind dann langsam, aber sicher durch die Digitalisierung zum IT-Systemhaus geworden. Das heißt, alles was mit Kopieren, Drucken, Scannen, Archivieren und Dokumentenmanagement zu tun hat, haben wir zusammengefasst zu einem Produkt. Inzwischen bieten wir auch alles, was mit dem Thema Cloud zu tun hat. Kleine und mittelständische Unternehmen können durch uns ihre IT komplett auslagern, so dass sie praktisch einfach nur andocken. Sie haben nichts mehr mit der IT zu tun, sondern kümmern sich um ihre eigenen Themen.

4 Sie haben die Unterstützung eines Unternehmensvermittlers für den Verkaufsprozess genützt. Wie waren Ihre Erfahrungen?

HT: Ich habe von den Anfragen der Kaufinteressenten nicht so viel mitbekommen, weil der Vermittler mir das alles abgenommen hat. Das war wirklich wunderbar.
Ich habe lediglich mit 4 oder 5 tatsächlichen Interessenten persönlich gesprochen. Alle anderen Dinge hat der Unternehmensvermittler übernommen. Nachdem er die Aufarbeitung für den Verkauf und die Präsentation gemacht hatte, hat er sich wirklich sehr, sehr gut ausgekannt und gewusst, worum es geht. So konnte er mir die ganzen Vorarbeiten abnehmen. Ich weiß von ihm, dass wir über 100 Interessenten hatten, die sich gemeldet haben. Das war enorm. Der Unternehmensvermittler hat auch Zugang zu den richtigen Plattformen. Den hat ein Unternehmer, der sich nicht ständig mit dem Thema Unternehmensverkauf beschäftigt, gar nicht.

5 Nach dem Notartermin hatten Sie gesagt: „Wir haben den besten denkbaren Käufer für mein Unternehmen gefunden.“ Was hat Sie zu dieser Einschätzung bewegt?

HT: Wenn ein Unternehmen so bleibt, wie es ist. Vom Standort, von den Mitarbeitern, von den Leistungen, Produkten und Dienstleistungen her. Wenn sogar der

Umfassende Fortführung gesichert:
Belegschaft | Geschäftsführung | Standort
Im Zielpreisrahmen abgeschlossen.

Name gleich bleibt und der Co-Geschäftsführer für Kontinuität sorgt – da muss ich sagen: einen besseren Käufer kann es für das Unternehmen nicht geben. Und wenn der dann auch noch große Expertise im IT-Bereich für die Zukunft des Unternehmens hat, dann ist doch alles perfekt.

6 Gibt es ein besonderes Geheimnis, das den großen Erfolg Ihres Unternehmens erklärt?

HT: Das kann ich selber sehr schwer sagen. Ich bin jemand, für den der Mensch, der im Unternehmen arbeitet, wichtig ist. Und ich habe gewusst, dass Menschen, wenn sie sich wohlfühlen, sehr viel mehr Leistung erbringen. Das heißt, wenn ich einen Wohlfühlort schaffe, dann kommen die Mitarbeiter gerne in die Firma. Und deshalb habe ich alles nach Feng Shui ausgerichtet. Ich habe natürliche Materialien verwendet. Wir arbeiten in einem Großraumbüro mit Pflanzen, Wasser und vielem mehr. Die Mitarbeiter sind liebend gerne gekommen. Auch Bewerber haben gesagt: „Menschenskinder, in diesem Unternehmen möchte ich arbeiten!“ Und man glaubt gar nicht, wie wichtig es ist, ein schönes Umfeld zu haben. Und natürlich, dass man vom Führungsstil her mit den Menschen ein gutes Team bildet.

7 Was würden Sie im Rückblick als die größten Herausforderungen für einen mittelständischen Unternehmer sehen?

HT: Ich denke, die größte Herausforderung ist, dass man sich erstens immer überlegt: Wie kann ich Dinge vereinfachen? Wirtschaften ist nicht so schwierig, wie viele es darstellen. Man möchte jemandem zu einem leichteren Leben verhelfen. Ich stelle mir immer die Frage: Was haben andere davon, dass es mich gibt? Was haben andere davon, dass es mein Unternehmen gibt? Wie kann ich meinen Kunden das Leben erleichtern? Warum sollen sie mir einen Auftrag erteilen? Wieso sollen sie meine Dienstleistungen in Anspruch nehmen? Diese Fragen zu stellen und die richtigen Antworten zu geben, ist – denke ich – sehr, sehr wichtig. Und das Zweite ist, die Menschen, die im Unternehmen arbeiten, zu motivieren. Die richtigen Mitarbeiter zu bekommen und zu halten. Und sie so zu motivieren, dass sie arbeiten, als ob es ihr eigenes Unternehmen wäre. Das, denke ich, ist äußerst wichtig. Denn die Menschen im Unternehmen machen das Unternehmen aus. Das muss man sich jeden Tag immer wieder vor Augen führen.

„Ich bin jemand, für den der Mensch, der im Unternehmen arbeitet, wichtig ist.“

„Man braucht natürlich immer eine Bestätigung von einer Vertrauensperson über gewisse Dinge, auch wenn man selbst davon überzeugt ist.“

8 Gab es während des Verkaufsprozesses auch besonders anstrengende Momente?

HT: Ja. Sehr anstrengend war die Due Diligence. Die Aufarbeitung der vielen Unternehmensinformationen, mit denen man so im Tagesablauf normalerweise nichts zu tun hat. Das war sehr, sehr umfangreich und sehr, sehr anstrengend, fand ich. Aber auch notwendig dafür, den Käufer korrekt zu informieren.

9 Welche Personen waren neben Ihrem Unternehmensvermittler noch wichtig im Verkaufsprozess?

HT: Man braucht natürlich immer eine Bestätigung von einer Vertrauensperson über gewisse Dinge, auch wenn man selbst davon überzeugt ist. Da hatte ich mit meinem Steuerberater jemanden, der mir als langjähriger Freund eben auch gesagt hat: „Ja, das ist gut“, oder: „Bitte frag da noch mal nach.“

10 Wie sind Ihre Pläne, werden wir Sie noch einmal als Unternehmer im Markt erleben dürfen?

HT: Der Stichtag des Unternehmensverkaufs ist jetzt gerade mal fünf Wochen her. Ich bin jetzt noch mit der Übergabe an den Käufer beschäftigt. Damit alles korrekt läuft und die neuen Eigentümer wirklich alle Informationen haben. Da unterstütze ich jetzt noch sehr. Gedanken über die Zukunft habe ich mir schon gemacht. Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten. Aber jetzt gehe ich es mal langsam an und bringe die Dinge mit der Übergabe der Firma in Ordnung. Danach werde ich sehen, wie es weitergeht.

Herr Traut, herzlichen Dank für dieses Gespräch.

Im Gespräch mit Hans Traut | Persönliche Gedanken über den Verkauf seines IT-Unternehmens, das er vor 29 Jahren gegründet hatte.

Das gesamte Video des Interviews finden Sie unter:
www.oakstreet.de/referenzen/traut

WIE VIEL IST MEIN UNTERNEHMEN WERT?

Pragmatisch zur aussagefähigen Unternehmensbewertung mit dem

MULTIPLIKATOR-VERFAHREN

„Ich will nicht mehr miterleben, wie der Verkauf eines mittelständischen Unternehmens an der Fehleinschätzung zum Unternehmenswert auf der Verkäuferseite scheitert."

Alexander Reichel
Geschäftsführer Oakstreet

Darum braucht eine mittelständische Unternehmerin oder ein Unternehmer einen pragmatischen und aussagefähigen Weg für die indikative Bewertung ihres bzw. seines KMU. Korrekt und mit Bewertungserfahrung angewendet ist aus unserer Sicht das Multiplikatorverfahren dieser Weg.

Wie funktioniert das Multiplikatorverfahren?

Ganz vereinfacht ergibt sich der Unternehmenswert beim Multiplikatorverfahren aus dem EBIT (Gewinn eines Unternehmens vor Zinsen und Steuern) mal dem spezifischen Multiplikator (auch „Faktor" oder „Multiple").

Dieser Multiplikator stammt aus der Analyse von bereits abgeschlossenen Verkäufen von Unternehmen mit vergleichbarer Größe und Branche.

EBIT
x Multiplikator
= indikativer Unternehmenswert

Wichtig: Durch das Multiplikatorverfahren lässt sich ohne eigene Bewertungserfahrung lediglich eine erste Orientierung gewinnen. Es ersetzt keine professionelle und mit Erläuterungen abgesicherte Unternehmensbewertung.

Woher bekomme ich aussagefähige Multiplikatoren?

Alle 23 Büros des concess-Netzwerkes in Deutschland, Österreich und der Schweiz ermitteln regelmäßig die aktuellen Multiplikatoren auf der Basis von Unternehmensverkäufen kleinerer und mittlerer Unternehmen (KMU) mit Umsätzen von 1 bis 20 Millionen Euro.

GEWUSST WIE: DAS MULTIPLIKATOR-VERFAHREN

Rechenbeispiel: Branche Elektrotechnik

	1,20 Mio. €	EBIT
x	5,3	Multiplikator
=	6,36 Mio. €	indikativer Unternehmenswert

Wegen der Aussagekraft dieser Datenbasis nützen eine Vielzahl von Banken, Steuerberatern und Erstellern von Wertgutachten die concess-Multiplikatoren.
Zusätzlich veröffentlichen eine Reihe von Fachmedien und Verbänden die concess-Multiplikatoren gleichsam als Marktstandard für die Wertermittlung mittelständischer Unternehmen:
___ DUB – Deutsche Unternehmerbörse (Verlag Handelsblatt)
___ Das Handwerk Magazin (Holzmann Medien)
___ Impulse – Unternehmer-Magazin (Impulse Medien GmbH)

Aktuelle Multiplikatoren

Branche	min.	max.
Beratende Dienstleistung	4,2	5,7
Software	4,9	7,3
Telekommunikation	4,6	6,7
Medien	4,4	6,1
Handel und E-Commerce	4,7	6,8
Transport, Logistik und Touristik	3,9	5,7
Elektrotechnik	4,7	6,6
Fahrzeugbau und Zubehör	4,3	6,0
Maschinen- und Anlagenbau	4,6	6,6
Chemie, Kunststoffe, Papier	4,9	7,3
Pharma, Biotechnik, Medizintechnik	5,4	7,9
Textil und Bekleidung	3,7	5,3
Nahrungs- und Genussmittel	4,6	6,4
Versorgungswirtschaft	4,4	6,5
Umwelttechnik	4,7	6,6
Bau und Handwerk	4,0	6,0
Durchschnitt über alle Branchen	**4,5**	**6,5**

(Stand: März 2021, ohne Gewähr)

OAKSTREET **TIPP**

Lassen Sie sich schon für die erste Einschätzung des Unternehmenswertes unbedingt fachlich und vertrauensvoll unterstützen. Das muss nicht immer ein spezialisierter M&A-Berater oder Unternehmensvermittler sein. Kostenfreie Beratungen bieten zum Beispiel die Nachfolge-Teams Ihrer regionalen Industrie- und Handelskammer oder die Handwerkskammern. Auch Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer sind mit Bewertungsthemen vertraut und verfügen oft über gute Transaktionserfahrung.

> Es darf nicht sein, dass sich die sicher geglaubte Altersversorgung aus dem Verkaufserlös in Luft auflöst, weil der Unternehmer „da mal was gelesen oder gehört hat".

9 OAKSTREET TIPPS

WAS IST BEI DER ANWENDUNG DES MULTIPLIKATOR-VERFAHRENS ZU BEACHTEN?

1 **Wählen Sie das richtige Bewertungsverfahren aus.** Das Multiplikatorverfahren führt in einigen Unternehmenssituationen zu keinem aussagefähigen Ergebnis.

2 **Unterscheiden Sie klar zwischen rechnerischem Unternehmenswert und Kaufpreis.** Eine Wertermittlung kann rechnerisch einen noch so hohen Wert ermitteln. Wenn kein Käufer bereit ist, den entsprechenden Kaufpreis zu zahlen, kommt es nicht zu einer Transaktion.

3 **Verwenden Sie das nachhaltige EBIT** anstelle des bloßen Betrages aus der Ergebnisrechnung. Das Multiplikatorverfahren geht von einem normalisierten Ergebnis aus. Dazu müssen häufig vorab rechnerische Ergebnisbereinigungen vorgenommen werden.

4 **Nützen Sie bewusst die Bandbreite der Multiplikatoren** durch die Umsetzung konkreter Maßnahmen. Aktive Veränderungen, wie z. B. die Reduzierung der Abhängigkeit vom Inhaber oder von einzelnen Schlüsselmitarbeitern können den Unternehmenswert sehr positiv beeinflussen.

5 **Nützen Sie nur Multiplikatoren von vergleichbaren Unternehmen und Branchen.** Relevant ist hier v. a. die entsprechende Umsatzgrößenklasse der Vergleichsunternehmen.

6 **Berücksichtigen Sie stets die Kosten für den mitarbeitenden Unternehmer** in der Entgelthöhe eines Fremdgeschäftsführers.

7 **Der Kaufpreis entspricht nicht dem Geldbetrag,** den der Käufer überweisen wird. Der Unternehmenswert berücksichtigt z. B. nicht die Verschuldung zum konkreten Transaktionsstichtag.

8 **Der Wert der betriebsnotwendigen Maschinen und des Lagerbestands** ist bereits im rechnerischen Wert des Unternehmens nach dem Multiplikatorverfahren enthalten.

9 **Helfen Sie der Käuferseite durch eine gute Vorbereitung,** damit der Wert des Unternehmens auch erkennbar wird. Eine faire Unternehmensbewertung bezieht stets einen längeren Zeitraum (drei Jahre plus Planung) ein.

Sie möchten über die jeweils aktuellen Multiplikatoren informiert werden?
Schicken Sie uns einfach eine kurze Mail und wir informieren Sie rechtzeitig: **muenchen@oakstreet.de**

Die nächste Aktualisierung nehmen wir im Herbst 2021 vor.

Mehr Details zum Multiplikatorverfahren?
www.oakstreet.de/multiplikatorverfahren

DAS IST MEIN **UNTERNEHMEN WERT!**

Der regelmäßige Blick auf den Kontoauszug ist für viele selbstverständlich. Ebenso selbstverständlich sollte die frühzeitige Kenntnis eines realistischen Unternehmenswertes sein.

Sie wollen sicher gehen?
Reicht der mögliche Erlös aus dem Unternehmensverkauf für meinen gewünschten Wohlstand im Alter?
Welchen fairen Unternehmenswert kann ich bei einer familieninternen Vermögensaufteilung ansetzen?
Ihnen liegt vielleicht schon ein Kaufangebot eines Interessenten vor: Ist es fair bewertet oder will da jemand ein schnelles Geschäft zu Ihren Lasten abschließen?
Dann lassen Sie eine professionelle Unternehmensbewertung zum Festpreis erstellen.
Unser Ansatz: Wir klären in einem ersten und kostenfreien Gespräch, welcher Umfang und welches anerkannte Verfahren für Ihren Bewertungsanlass geeignet ist. Sie erhalten von uns ein Festpreisangebot mit dem Leistungsumfang und einem Termin für die mögliche Fertigstellung der Bewertung. Danach entscheiden Sie.

PROFESSIONELLE UNTERNEHMENSBEWERTUNG ZUM FESTPREIS

1 **Bestandsaufnahme der notwendigen Unterlagen und Informationen**

2 **Analyse**

3 **Durchführung der Bewertung**

4 **Detaillierte Zusammenfassung mit rund 40 Seiten**

5 **Persönliche Durchsprache und Erläuterung**

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage:
muenchen@oakstreet.de
und **+49 89-89 00 93 01**

Oakstreet
ZIELFÜHREND ZUR UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Oakstreet GmbH
Eichenstraße 29
82110 Germering

+49 89-89 00 93 00

muenchen@oakstreet.de
www.oakstreet.de

Partner des M&A-Netzwerks con|cess

Impressum
Oakstreet GmbH | Eichenstr. 29 | 82110 Germering
Geschäftsführer: Alexander Reichel
www.oakstreet.de | muenchen@oakstreet.de
Amtsgericht München, HRB 228 851
USt-Identifikationsnummer: DE309566411
Design & Konzeption: Hoch Zwei GmbH, www.werbung-text-design.de
Druck: Druckerei Lanzinger GbR
Hofmark 11, 84564 Oberbergkirchen
Gedruckt auf Recyclingpapier enviro polar
(zertifiziert mit Blauer Engel, FSC®, EU Ecolabel)
V.i.S.d.P.: Alexander Reichel

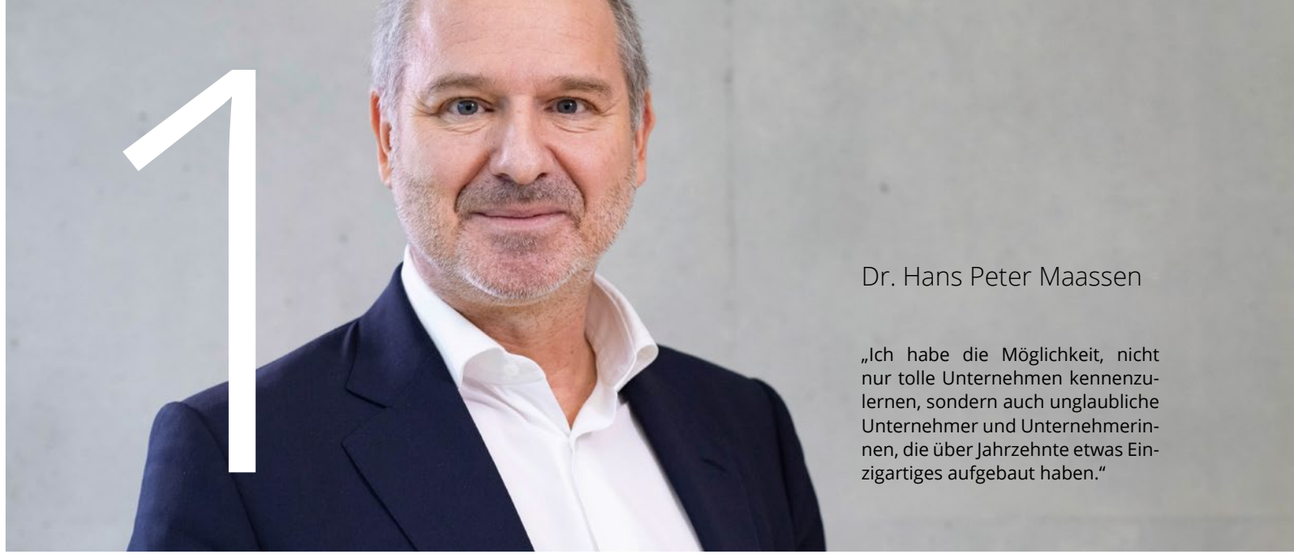
Bildnachweise:
istockphoto.com: Titel, Seite 10/11/12
Priapan Media oHG: Fotos Hans Traut (S.2/6-9), Fotos Dr. Maassen (S.3/15), Fotos K. Mittermeier (S.3/16), Fotos M. & P. Voigtsberger (S.3/17)

3 WIE KÄUFER DENKEN

Persönliche Einblicke in die Taktik von Käufern mittelständischer Unternehmen

Wer kauft ein Unternehmen? Was sind die tragenden Beweggründe? Welche Parameter müssen passen? Wir dürfen Ihnen drei Käufer und ihre ganz persönlichen Beweggründe vorstellen.

An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an Dr. Hans Peter Maassen, Klaus Mittermeier und die Gebrüder Voigtsberger für die Interviews, die wir unseren Lesern auch in ganzer Länge als Videostreams zur Verfügung stellen dürfen.



Dr. Hans Peter Maassen

„Ich habe die Möglichkeit, nicht nur tolle Unternehmen kennenzulernen, sondern auch unglaubliche Unternehmer und Unternehmerinnen, die über Jahrzehnte etwas Einzigartiges aufgebaut haben."

DER MITTELSTÄNDISCHE INVESTOR

Dr. Hans Peter Maassen und sein Team haben einen klaren Fokus: den Erwerb und die Fortführung von erfolgreichen Familienunternehmen. In den letzten 17 Jahren hat Dr. Maassen mit seiner Argos GmbH aus München vier Unternehmensgruppen im Bereich Maschinenbau, Oberflächentechnik, Elektrotechnik und apparative Kosmetik aus Nachfolgesituationen erworben und langfristig ausgebaut.

Herr Dr. Maassen, Sie investieren seit 2001 in mittelständische Unternehmen. Worauf achten Sie als Erstes, wenn Sie ein Unternehmen neu kennenlernen?
HPM: Aus meiner Sicht ist Vertrauen das Wichtigste in einem Verkaufsprozess für ein Unternehmen. Es treffen sich normalerweise zwei Parteien, die sich bisher noch nicht begegnet sind, und arbeiten an einem extrem wichtigen Projekt. Nämlich der Übergabe eines Lebenswerks aus Sicht des Verkäufers. Und der Übernahme der unternehmerischen Verantwortung für dieses Lebenswerk für den Käufer.
Dieses Lebenswerk ist zwar abstrakt betrachtet ein Unternehmen. In realiter sind das aber Mitarbeiter, Kundenbeziehungen, Geschäftsbeziehungen vor Ort im Unternehmen oder am Standort des Unternehmens.

Das gesamte Video des Interviews finden Sie unter:
www.oakstreet.de/referenzen/maassen

„Aus meiner Sicht ist Vertrauen das Wichtigste in einem Verkaufsprozess für ein Unternehmen."

Wie müsste ein mittelständisches Unternehmen sein, damit Sie wirklich an einem Erwerb interessiert sind?
HPM: Ein mittelständisches Unternehmen ist für uns dann interessant, wenn es folgende Kriterien erfüllt: Zum einen muss es ein Produkt herstellen oder eine Dienstleistung anbieten, die wir verstehen können. Das ist normalerweise die Produktion von Gütern oder industrielle Dienstleistungen. Es sollte im deutschsprachigen Raum angesiedelt und wirtschaftlich bereits sehr lange erfolgreich unterwegs sein. Normalerweise mit einer operativen Rendite größer 10%. Letztendlich – wahrscheinlich sogar das Entscheidende – ist eine Nachfolgesituation von einem Unternehmer oder einer Unternehmerin, die sowohl ihre Geschäftsanteile veräußern als auch die Geschäftsführung in eine neue Hand legen möchte.

Wie gewinnen Sie gute Manager, die das Unternehmen dann operativ führen und weiterentwickeln?
HPM: Wir suchen erst den Nachfolger. Wir arbeiten mit der Person mehrere Jahre zusammen und lernen uns gegenseitig kennen. Dann erwerben wir ein Unternehmen, das sowohl für den Nachfolger als auch für uns passt. So nehmen wir aus unserer Sicht einen ganz wesentlichen Risikofaktor der Nachfolge, nämlich die Bestellung oder Neubestellung der Geschäftsführung, aus diesem Schritt heraus.

Welchen Rat würden Sie einem Verkäufer geben, der noch vor der Regelung seiner Nachfolge steht?
HPM: Die aus meiner Sicht kritische Frage für einen Unternehmer vor dem Unternehmensverkauf ist: „Was will ich wirklich? Welche Rolle soll mein Unternehmen, das dann in neue Hände übergegangen ist, in meiner neuen Lebensphase spielen? Kann ich wirklich komplett abschließen? Oder werde ich immer wieder zurückschauen auf mein Unternehmen und wie es sich weiterentwickelt?" Und: Ich glaube, ich möchte eine Lösung als Unternehmer haben, in der ich sage: „Auch das habe ich wieder richtig gut hingekriegt. Auch meine Nachfolge habe ich so gut geregelt, wie man sie nur regeln kann."

2

Klaus Mittermeier

„Bei einem Verkauf sollte der Unternehmer alle Menschen miteinbeziehen, die für ihn wichtig sind. Oft ist es eine einsame Entscheidung. Man trifft sie jedoch nicht für sich allein, sondern auch für die anderen.“

DER STRATEGISCHE KÄUFER

Klaus Mittermeier ist Vorstand der Mühldorfer Nutrition AG. Die Mühldorf Group beschäftigt rund 250 Mitarbeiter mit einem Umsatz im mittleren zweistelligen Millionenbereich. Das größte Segment sind Futtermittel im Bereich Pferd und Pet. Die Ambition: Die Mühldorfer Nutrition AG will die Wertschöpfungskette für die Kunden so tief und so lange wie möglich halten. Dies geschieht über die eigenen Geschäftsfelder des Unternehmens und über den Erwerb von mittelständischen Firmen, die das Gesamtportfolio der Mühldorf Gruppe strategisch erweitern.

Herr Mittermeier, Sie haben in den letzten Jahren eine Reihe von mittelständischen Unternehmen erworben. Welche Idee steckt hinter diesen Erweiterungen?
KM: Der Grund weiterer Zukäufe oder Erweiterungen war, dass ich singulär aus dem doch schmalen Bereich Pferdefutter raus wollte, aus dem unser Unternehmen ursprünglich entstanden ist. Der Wunsch war auch, dass ich dieses mittelständische Unternehmen in eine größere Struktur führen wollte. Die Mühldorf AG soll weiter funktionieren und leben, auch wenn ich vielleicht später mal etwas kürzer trete.

„Vorrangig geht es darum, die Leute mitzunehmen. Weil Unternehmen immer Menschen sind.“

Können Sie uns ein Beispiel für einen besonders erfolgreichen Zukauf nennen?
KM: Wir hatten letztes Jahr drei österreichische Großhandelsfirmen im Pet-Bereich gekauft. Die drei Firmen haben wir zusammengeführt. Eigentlich hatten wir vor, mit diesen drei Firmen ein Player in Österreich zu bleiben, zu werden und das auszubauen. Im Zuge des Ganzen haben wir dann festgestellt: Das würde natürlich auch im deutschen Markt gehen, der dann wesentlich größer und tragfähiger ist. Das war das Interessantere und Schönere. Und hat auch dann den Anstoß gegeben für eine Idee, die wir Gott sei Dank umgesetzt haben: Wir haben gesagt: Wir ziehen dieses Geschäft in Deutschland hoch und bespielen damit von Deutschland aus die österreichischen Märkte, sukzessive daneben auch die deutschen.

Worauf achten Sie als Erstes, wenn Sie ein Unternehmen, eine mögliche Neuerwerbung, kennenlernen?
KM: Ich achte bei einem möglichen Neuerwerb vor allen Dingen darauf, dass er zu unserer Firmenstruktur und zu unserer Firmenkultur passen könnte. Das sind natürlich immer unterschiedliche Welten, die da zusammenkommen. Aber es gibt gewisse, vielleicht auch moralische und marketingtechnische, Grundsätze. Es gibt verschiedene Bereiche, wo ich schaue, ob man irgendwelche Überschneidungspunkte findet. Und wenn sich da was finden lässt, dann ist die Firma auf jeden Fall für mich schon mal interessant, egal wie sie finanziell gerade dasteht.

Einige mittelständische Unternehmer sehen bereits die Finanzierung des eigenen Geschäftsbetriebes als echte Herausforderung. Welchen Weg gehen Sie bei der Finanzierung von Zukäufen?
KM: Die Finanzierung stemmen wir über mehrere Bereiche. Es gibt die Hausbanken, die bisher gerne mitgehen. Es gibt Eigenmittel, die ich mir über die letzten Jahre über den Verkauf einer Marke erarbeitet habe. Und die ich da gern einsetze. Es gibt ein Family Office bei uns in der Gruppe, das mir die großen Zukäufe ermöglicht. Und es gibt natürlich auch immer die Möglichkeit, mit dem Verkäufer zusammen eine Darstellung dieses Kaufes zu erarbeiten und den Verkäufer auch mit einzubinden.

Das gesamte Video des Interviews finden Sie unter:
www.oakstreet.de/referenzen/mittermeier

3

Michael und Peter Voigtsberger

„Man schnürt ein Gesamtpaket, das neben dem Kaufpreis viele weitere Aspekte berücksichtigt. So, dass der Unternehmer sagt: „Das ist die Wertschätzung für mein Unternehmen, meine Erfahrung und meine Leistung.“

DER KLASSISCHE NACHFOLGER (MBI)

Strategische Investitionen in ausgewählte Unternehmen sind die Leidenschaft von Peter und Michael Voigtsberger. Die Brüder haben gerade erst die Nachfolge eines traditionsreichen Familienbetriebs im Bereich Medizintechnik angetreten.

Wie erleben Sie die ersten Wochen als neue Inhaber und Geschäftsführer?
PV: Also die ersten Wochen sind sehr gut gelaufen. Wir sind sehr herzlich aufgenommen worden, wie es ja oft in Familienunternehmen ist. Wir konnten zu den Mitarbeitern gleich einen Draht finden.
Auch mit der Inhaberfamilie sind wir sehr gut zurechtgekommen. Wir sind in den ersten Wochen auf jeden Fall sehr gut gestartet.

MV: Es ist immer eine spannende Zeit. Man kommt neu ins Unternehmen und kennt es nur von der Papier- und der Datenlage. Aber eigentlich machen die Mitarbeiter das Unternehmen aus. Man lernt die Leute kennen. Alles ist neu, alles ist anders. Auf der anderen Seite tickt jedes Unternehmen dann doch wieder ähnlich. Es war auf jeden Fall eine gute Zeit.

Wie viele Unternehmen haben Sie sich vor dem Kauf angesehen? Und wie lange haben Sie sich für Ihre Suche Zeit genommen?
PV: Wir haben uns 15 Unternehmen angesehen, davon etwa 7 oder 8 direkt vor Ort. Bei bestimmt 2 oder 3 wurde es etwas intensiver und mündete letztendlich bei unserem jetzigen Unternehmen im Signing.

Wollten Sie bewusst die Nachfolge in einem Unternehmen für Medizintechnik antreten oder gab es auch andere spannende Branchen für Sie?
MV: Wir haben uns von den Branchen her relativ viel offengehalten. Natürlich haben wir uns vor unserem Hintergrund umgeschaut. Medizintechnik war einer davon. Aber wir haben auch viele andere Unternehmen, zum Beispiel im Bereich erneuerbare Energien und der Elektronikbranche, angeschaut. Auch andere verarbeitende und produzierende Unternehmen. Das war vielleicht schon ein bisschen ein Schwerpunkt: ein Unternehmen, in dem etwas gefertigt wird.

Worauf kam es Ihnen dann schließlich bei der Auswahl des Unternehmens an? Welche Kriterien waren für Sie entscheidend?
PV: Wir haben Unternehmen in der jetzigen Größenordnung gesucht. Also irgendwo zwischen 10 und 30 Mitarbeitern. Dann sollte die Lage in unserem Umkreis sein. Also im süddeutschen Raum, gut erreichbar. Und natürlich ein Unternehmen, zu dem wir Zugang bekommen und das dann zu uns passt. Ein Unternehmen, mit dessen Mitarbeitern, Branche und Produkt wir uns identifizieren können. Damit wir es auch entsprechend weiterentwickeln können. Im Endeffekt muss das Unternehmen zu uns passen und wir müssen zum Unternehmen passen. Das war eigentlich ausschlaggebend.

„Der Zeitpunkt ist ein wichtiges Thema: rechtzeitig in den Nachfolgeprozess einzusteigen und wissen, wo es hingeht.“

MV: Eines darf man vielleicht auch nicht vergessen: der Kaufpreis spielt auch eine Rolle. Es waren auch Angebote dabei, wo wir sagen: Das passt weder zu uns noch vielleicht überhaupt zum Unternehmen. In unserem jetzigen Unternehmen hat das Gesamtpaket am besten gepasst.

Das gesamte Video des Interviews finden Sie unter:
www.oakstreet.de/referenzen/voigtsberger

FINDEN SIE JETZT GENAU DEN KÄUFER, DER IHR MITTELSTÄNDISCHES UNTERNEHMEN WEITERFÜHRT.

Unternehmen aus den Bereichen Medizintechnik, Handel oder Produktion von elektronischen Erzeugnissen gesucht
Eigentümergeführte Beteiligungsgesellschaft mit Fokus auf Unternehmen des Mittelstands. Der Kaufinteressent verfügt über weitreichende unternehmerische Kompetenz und ist an einem gesunden Wachstum und Ausbau des Unternehmens interessiert.

Branche(n)
Medizintechnik
Handel
Produktion

Größe der Zielunternehmen
5-25 Mio. € Umsatz

Unternehmen aus der Futtermittel- oder Tierpflege-Branche gesucht
Kompetenter Hersteller von Futtermitteln und Tier-Pflegeprodukten mit einer Wachstumsstrategie. Der engagierte Mittelständler vertreibt seine Produkte weltweit und legt Wert auf ein langfristiges, nachhaltiges und gesundes Wachstum seines Unternehmens.

Branche(n)
Handel
Produktion

Größe der Zielunternehmen
2-20 Mio. € Umsatz

Unternehmen aus dem Gesundheitsbereich gesucht
Mit seiner im In- und Ausland erworbenen Expertise in den Bereichen Medizin-, Klinik- und Pflegeunternehmen möchte der gelernte Volkswirt in der Gesundheitswirtschaft nun selber etwas bewegen. Der operativ erfahrene Käufer mit Spezialisierung auf den Gesundheitsbereich ist an einer langfristigen Weiterentwicklung des Zielunternehmens interessiert.

Branche(n)
Medizintechnik
Pharma- u. Medtech-Unternehmen
Produzierende Unternehmen
für die Medizinbranche

Größe der Zielunternehmen
3-30 Mio. € Umsatz

Auf unserer Unternehmensbörse können Sie gezielt nach geeigneten Käufern für Ihr Unternehmen suchen:
www.oakstreet.de/unternehmensboerse

Dank der großen Wirtschaftskraft und Attraktivität Bayerns stehen wir mit der gesamten Bandbreite an Kaufinteressenten in engem Kontakt:

Mittelständische Investoren
Family Offices und Beteiligungsgesellschaften

Strategische Käufer
Mittelständische Unternehmen, die durch strategische Zukäufe erweitern wollen

Klassische Nachfolger
(Management-Buy-In-Kandidaten)

Als Gesellschafter des M&A Netzwerks concess haben wir außerdem Zugang zu über 2.500 geprüften Kaufinteressenten in Deutschland, Österreich und der Schweiz.
Einen kleinen Auszug unserer aktuellen Kaufinteressenten finden Sie hier.

Unternehmen aus dem Bereich Software Engineering gesucht
Stark wachsendes Unternehmen im Bereich Software Engineering. Leidenschaftlicher Software- und Digitalisierungsdienstleister, der seine Kunden beim digitalen Wandel unterstützt.

Branche(n)
IT/Software
Kommunikation

Größe der Zielunternehmen
5-25 Mio. € Umsatz

Maschinenbau-Unternehmen gesucht
Finanzkräftiger Diplom-Ingenieur und international erfahrener Geschäftsführer. Der Kaufinteressent zeichnet sich durch seine Digitalisierungserfahrungen sowie seine hohe technische Kompetenz in den Bereichen Mechanik und Elektronik aus.

Branche(n)
Maschinen- u. Anlagenbau
Kunststofftechnik
Metallverarbeitung

Größe der Zielunternehmen
2-15 Mio. € Umsatz

Unternehmen aus den Bereichen IT-Dienstleister, Produktion oder Ernährung gesucht
Unternehmergeführte Beteiligungsgesellschaft mit umfangreicher operativer Erfahrung. Der Käufer verfügt über weitreichende unternehmerische Kompetenz und ist an der langfristigen Weiterentwicklung des Zielunternehmens interessiert.

Branche(n)
IT / Software / Kommunikation
Produktion
Ernährung
Nahrungsergänzungsmittel

Größe der Zielunternehmen
5-50 Mio. € Umsatz

STEUERRECHTLICHE STOLPERSTEINE VERMEIDEN | CHANCEN NUTZEN

Dr. Maren Gräfe
LL.M.
Rechtsanwältin, Steuerberaterin

Dr. Claudia Klümpen-Neusel
Rechtsanwältin, Steuerberaterin

Mehr zu Erfahrungsschatz und Kontaktmöglichkeiten von Dr. Maren Gräfe und Dr. Claudia Klümpen-Neusel finden Sie unter den jeweiligen QR-Codes.

Der nachfolgende Beitrag möchte inhaberstrategische Aspekte sowie steuerliche und rechtliche Fallstricke des Unternehmensverkaufs beleuchten und ein kleiner, erster Ratgeber sein. Der Blickwinkel soll sich dabei aber allein auf die Verkäuferseite beschränken.

Inhaberstrategische Ausgangslage:

Für viele Unternehmer ist der Unternehmensverkauf ein Denkverbot. Gerade dann, wenn das Geschäft bereits über Generationen aufgebaut wurde und zum Lebenswerk geworden ist, halten viele Unternehmer an diesem Dogma fest. Selbst wenn die potentielle Nachfolgergeneration hier still und heimlich differenziert oder sogar anders gedacht hat, waren der Verkauf oder selbst die Hereinnahme eines strategischen Investors (smart money) ein Tabubruch und wurden auch innerfamiliär nicht offen diskutiert.

Die derzeitigen Herausforderungen erfordern teilweise ein komplettes Umdenken in Geschäftsmodellen und eine umfassende Digitalisierung der bisher möglicherweise überwiegend traditionell gestalteten Unternehmensabläufe. Wir haben einige Beispiele erlebt, in denen deutsche Unternehmer gezeigt haben, dass sie sogar aus der Not eine Tugend machen können.

STEUERRECHTLICHE STOLPERSTEINE VERMEIDEN

CHANCEN NUTZEN

Aber: Teilweise erfordern Umdenken und Digitalisierung die ganze Kraft der Unternehmerfamilie einschließlich der nachfolgenden Generation und oftmals zudem noch umfangreiche Investitionen, d. h. frisches Kapital.
Letzteres muss durch neue Finanzierungen, die nicht immer leicht zu erhalten sind, oder durch weiteres Eigenkapital der Familie zur Verfügung gestellt werden.
Soll Eigenkapital eingesetzt werden, gilt es zu bedenken, dass dieses häufig hart erkämpft in guten Tagen aus dem Unternehmen für die Absicherung der Familie auf die private Seite geschafft wurde. Insofern sollte gut abgewogen und überdacht werden, ob die „Kriegskasse" tatsächlich wieder ins Unternehmen eingelegt werden soll.
Des Weiteren ist zu bedenken, dass die junge Generation – sofern sie überhaupt zur Übernahme der Verantwortung willens und geeignet ist – anfängt, den obigen unternehmerischen Glaubenssatz in Frage zu stellen.

Damoklesschwert Erbschaftsteuer als Dealbreaker für interne Nachfolge?

Nicht zuletzt sollte beachtet werden, dass sich seit 2016 die Rahmenbedingungen für eine steuerfreie Übergabe des Unternehmens auf die nächste Generation stark verschärft haben. Viele Unternehmen sind aufgrund ihrer Bilanzsituation im Status quo überhaupt nicht verschonungsfähig. Das heißt, dass im Fall einer Schenkung oder des erbweisen Übergangs im Zweifel die volle Erbschaftsteuer auf den Unternehmenswert anfällt und sofort fällig werden könnte. Das würde einen weiteren erheblichen Liquiditätsbedarf auf Ebene des Nachfolgers bedeuten, der zur Existenzgefährdung führen kann.
Auch dieses erbschaftsteuerliche Damoklesschwert, das nach unserer Erfahrung gerade vielen kleineren und mittleren Unternehmen und deren laufenden Steuerberatern unter dem Druck des Tagesgeschäfts nicht immer präsent ist, sollte bei den Überlegungen berücksichtigt werden. In vielen Fällen ist eine familieninterne Nachfolge zumindest steuerlich nicht mehr zum Nulltarif möglich. Das wissen viele Unternehmer nicht. Nichtsdestotrotz hat dies zur Folge, dass die Nachfolger auch einen etwaigen Finanzierungsbedarf zur Deckung potentieller Erbschaftsteuer, schlimmstenfalls sogar auch zur Abdeckung einer Steuer auf den Veräußerungsgewinn des Unternehmens, in den Blick nehmen müssen, wenn das Unternehmen in Anbetracht erbrechtlicher, güterrechtlicher oder erbschaftsteuerlicher Ansprüche weichender Erben bzw. des Fiskus liquidiert werden muss. Erb- und güterrechtliche Ansprüche können insbesondere dann bestehen, wenn von mehreren potentiellen Nachfolgern nur einer das Unternehmen weiterführen soll. Weichenden Erben können dann Pflichtteils- oder Zugewinnausgleichsansprüche zustehen. Dies muss wohl geplant werden. Hat der oder die Unternehmerin aber sein oder ihr gesamtes Vermögen im Unternehmen belassen, fehlt es an einer Ausgleichsmasse, die zur Befriedigung der weichenden Erben eingesetzt werden könnte. Entweder muss dann über eine Separierung von Liquidität oder Immobilien vom Unternehmen oder doch über einen Verkauf nachgedacht werden.

Sind vor einem Verkauf diese strategischen Überlegungen angestellt worden und wurde ein Konsens in der Familie erzielt, so ist der Boden für einen ausgewogenen Prozess bereitet. Es besteht Einigkeit. Im besten Fall hat der Unternehmer samt Familie am Ende des innerfamiliären Denkprozesses auch bereits einen Berater eingebunden, um Vorstellungen hinsichtlich der wirtschaftlichen Eckdaten mit der Realität „zu verproben". Nicht selten passen finanzielle Vorstellungen des Unternehmers nicht 100% zur Wirklichkeit. Das sollte früh ausgelotet werden.

Rechtliche und steuerliche Fallstricke

Ist die Grundlage im vorbeschriebenen Sinne gelegt, gilt es, die rechtliche Struktur des Verkaufs zu planen und steuerliche Fallstricke, die den Veräußerungserlös ungewollt schmälern können, zu vermeiden.

Darf ich einfach verkaufen? Wen muss ich an Bord holen? Muss ich vorher umstrukturieren?

Zunächst ist eine Bestandsaufnahme durchzuführen, ob an dem Unternehmen oder den Unternehmensanteilen Rechte Dritter (z. B. Nießbrauchrechte und/oder Unterbeteiligungen) hängen. Hier ist zu prüfen, ob ein Verkauf ohne Weiteres möglich ist und wie solche Verpflichtungen evtl. im Rahmen des Verkaufs abgelöst werden können.
Ansonsten können derartige „Belastungen" schnell zu Dealbreakern für Investoren werden, die „Altlasten" oftmals nicht mit übernehmen möchten. Bei der Lösung ist darauf zu achten, keine ungewollten (Schenkungs-) Steuern beispielsweise durch unentgeltliche Verzichte auf Rechtspositionen auszulösen.

Ist der verkaufswillige Unternehmer nicht Alleinherrscher, sondern gibt es weitere Gesellschafter, ist auch der Gesellschaftsvertrag zu prüfen: Ist ein Verkauf durch den Mehrheitsgesellschafter überhaupt möglich? Müssen alle mitziehen, wenn der Mehrheitsgesellschafter verkaufen will? Denn nur dann wird ein Käufer einsteigen. Dies gilt insbesondere, wenn zuvor schon fremde Investoren aufgenommen wurden oder z. B. Mezzanine-Kapital begeben wurde. Oder haben Mitgesellschafter eventuell sogar das Recht, im Falle eines Verkaufs durch den Mehrheitsgesellschafter sich dem Veräußerungsprozess anzuschließen? Auch dies könnte einen potentiellen Erwerber vor unüberwindbare finanzielle Hindernisse stellen.

Ist „nur" die Familie im Gesellschafterboot, ist der oben beschriebene inhaberstrategische Prozess wichtig, um eine gemeinsame Linie hinsichtlich des Verkaufs vorzubereiten. Ist dies geschaffen, kann der Gesellschaftsvertrag jederzeit leicht angepasst werden, um den Weg für einen Verkauf freizumachen.

Im Falle eines Einzelunternehmens kann der Verkauf aus Haftungsgründen erschwert sein und es möglicherweise erforderlich werden, das Unternehmen erst umzustrukturieren und umzuwandeln.

STEUERLICHE ASPEKTE BEIM VERKAUF

Steuern – ein essentielles, aber zähes Thema

Bei der Veräußerung eines Unternehmens wird man am Thema Steuern nicht vorbeikommen. Der Kreativität des deutschen Gesetzgebers – im Fachjargon spricht man von Gesetzgebungskompetenz – sind dabei keine Grenzen gesetzt. Daher ist in nahezu allen Fällen nicht zu prüfen, ob, sondern nur welche Steuern im Falle des Verkaufs anfallen können und ob evtl. noch Finanzierungen abzulösen sind.

Hierbei ist zunächst die Rechtsform der unternehmerischen Tätigkeit im Ist-Zustand in den Blick zu nehmen. Handelt es sich um ein Einzelunternehmen, eine Personengesellschaft oder eine Kapitalgesellschaft?

Ist der Veräußerer Einzel- oder Mitunternehmer (bei einer Personengesellschaft), so ergibt sich der steuerpflichtige Veräußerungsgewinn aus dem Veräußerungspreis abzüglich des Buchwertes des Unternehmens(anteils) und der Veräußerungskosten. Der Veräußerungsgewinn wird mit Einkommensteuer einschließlich Solidaritätszuschläge und ggfs. Kirchensteuer sowie Gewerbesteuer belegt. Die Höhe der Einkommensteuer bemisst sich nach der Höhe des jeweiligen zu versteuernden Einkommens, das für jeden Steuerpflichtigen individuell zu ermitteln ist. Hier kann es relevant werden, ob und in welcher Höhe der Veräußerer im Jahr der Veräußerung seines Unternehmens/seiner Unternehmensanteile noch weitere Einkünfte erzielt. Der Veräußerungsgewinn wird daher nicht mit einem festen Steuersatz besteuert, sondern unterliegt dem jeweiligen persönlichen Steuersatz.

Wird ein Unternehmen in der Rechtsform einer Personengesellschaft geführt, existiert neben dem eigentlichen Gesellschaftsvermögen oftmals noch weiteres Vermögen, das im zivilrechtlichen Eigentum des Gesellschafters steht, das dieser aber dem Unternehmen zur Nutzung überlässt. Häufiges Beispiel sind Immobilien, die im Grundbuch auf den Namen eines Gesellschafters eingetragen sind und auf denen Bürogebäude, Fabrikationshallen oder Werkstätten des Unternehmens betrieben werden. Steuerlich werden diese Wirtschaftsgüter als Sonderbetriebsvermögen bezeichnet. Aus dem Begriff des Sonderbetriebsvermögens lässt sich ableiten, dass das Wirtschaftsgut beim Gesellschafter zum Betriebsvermögen und nicht zu seinem Privatvermögen zählt. Veräußert nun der Gesellschafter seinen Gesellschaftsanteil und behält das Sonderbetriebsvermögen – gewollt oder ungewollt – in seinem Eigentum zurück, löst die Veräußerung den betrieblichen Zusammenhang zwischen Unternehmen und Immobilie auf und die Immobilie wechselt vom Betriebsvermögen ins Privatvermögen. Ein solcher Wechsel wird steuerlich einer Veräußerung gleichgestellt. Damit wird der Gesellschafter so behandelt, als habe er nicht nur die Gesellschaftsanteile, sondern auch sein Sonderbetriebsvermögen veräußert. In Konsequenz wird daher nicht nur eine Steuer auf den Veräußerungsgewinn der Gesellschaftsanteile, sondern auch auf den fiktiven Veräußerungsgewinn des Sonderbetriebsvermögens fällig, ohne dass dem Gesellschafter entsprechende Liquidität zufließt (sog. „dry income"). Eine Steuer auf einen nur fiktiven Veräußerungserlös kann den Gesellschafter vor beachtliche Liquiditätsprobleme stellen.

Den vollständigen Bericht finden Sie hier:
www.oakstreet.de/expertenwissen

OAKSTREET **TIPP**

Die rechtlichen und steuerlichen Aspekte eines Unternehmensverkaufs sind komplex und bringen einige Herausforderungen mit sich. Klären Sie Ihre individuelle Situation daher frühzeitig mit der Unterstützung eines transaktionserfahrenen M&A-Beraters, Rechtsanwalts oder Steuerberaters. Aus unserer Erfahrung lässt sich ein mittelständisches Unternehmen erst mit dieser Klärung zielgerichtet und auf Augenhöhe mit dem Käufer veräußern.

Wir geben Ihnen gerne eine Empfehlung für einen Experten ganz in Ihrer Nähe. Sprechen Sie uns einfach an.

muenchen@oakstreet.de

STARK VERWURZELT – IN EINEM NETZWERK VOLLER MÖGLICHKEITEN

con|cess®
M+A - Partner

Oakstreet
ZIELFÜHREND ZUR UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Seit mehr als 20 JAHREN erfolgreich am Markt
Ihre branchenübergreifenden Spezialisten für Unternehmensverkäufe im Mittelstand

Ein guter Kaufpreis für ein Unternehmen lässt sich nur erzielen, wenn die Nachfrage entsprechend hoch ist. Und genau das erreichen wir mit unserem concess-Netzwerk in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Oakstreet führt die mehr als 20-jährige Tradition von concess am Standort München fort.
Das M&A-Beraternetzwerk concess M+A – Partner ist das führende Vermittlungs- und Beraternetzwerk für Unternehmensnachfolgen.
Ein Verkaufsangebot trifft hier auf mehr als 2.500 geprüfte Kaufinteressenten im deutschsprachigen Raum. Und über das concess-Netzwerk haben wir nicht nur Zugriff auf eine Vielzahl von Interessenten, sondern auch auf die entsprechenden Experten, die wir bei spezifischen Fragestellungen zu Rate ziehen können.

Erfahrene M&A-Berater an 23 Standorten
in Deutschland, Österreich und der Schweiz

OAKSTREET **TIPP**

Im September erscheint die aktualisierte 5. Auflage des concess-Praxishandbuchs für einen erfolgreichen Unternehmensverkauf.

Sichern Sie sich Ihr Exemplar:
muenchen@oakstreet.de

FINDEN SIE JETZT GENAU DAS MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN, DAS IHREN VORSTELLUNGEN ENTSPRICHT.

Sie haben die Branche, Region und den Kaufpreisrahmen für Ihr Wunschunternehmen festgelegt? Dann finden Sie nachfolgend einen Auszug aktueller Verkaufsangebote unseres Partnernetzwerks concess.

Äußerst ertragreicher Anbieter aus dem Bereich Kälte- und Klimatechnik und speziellem Anlagenbau
Seit mehr als 30 Jahren ist die Gesellschaft Spezialist für Kältetechnik und Anlagenbau für Lebensmitteltechnik und Industrie. Die Gesellschaft zeichnet sich durch die Verbindung aus bedarfsgerechter Planung, termintreuem Bau der Anlagen und dem hohen Servicelevel aus. So ist das Unternehmen für seine langjährigen Kunden ein herausragender Partner rund um das Thema Kälte- und Klimatechnik sowie Anlagenbau geworden. Die Wartung der Anlagen und die Versorgung mit Ersatzteilen tragen zur langfristigen Kundenbindung und Ertragskraft der Gesellschaft bei.
Das Unternehmen beschäftigt inkl. der Geschäftsführung derzeit 20 versierte Fachkräfte.

6.705 TEUR **Umsatz** | 1.555 TEUR **EBIT**

Straßenbauunternehmen – Durchführung von Straßensanierungen
Das Unternehmen ist in den Bereichen Asphaltierung von Parkflächen, Bahnübergängen, Tankstellen, Straßen, Geh- und Radwegen, Einkaufscentern und Supermärkten tätig.
Das Einsatzgebiet erstreckt sich von Bayern auf die angrenzenden Bundesländer. Das Unternehmen besteht seit mehr als 20 Jahren und hat seitdem kontinuierlich seine Kapazitäten im Personalbereich und Maschinenpark ausgebaut.
Die Immobilie ist angemietet und kann weitergenützt werden. Auf Wunsch kann die Immobilie ebenfalls erworben werden.
Der jetzige Geschäftsführer steht für eine Einarbeitung und planvolle Übergabe zur Verfügung.

9.822 TEUR **Umsatz** | 1.400 TEUR **EBIT**

Schaltanlagen/Automatisierungstechnik
Angeboten werden 100% der Gesellschaftsanteile an einem sehr stabilen und ertragreichen Unternehmen aus dem Bereich Schaltanlagen und Automatisierungstechnik. Das Unternehmen ist in Westdeutschland angesiedelt und seit Jahrzehnten sehr erfolgreich tätig.

8.200 TEUR **Umsatz** | 2.900 TEUR **EBIT**

Auf unserer Unternehmensbörse finden Sie geeignete Unternehmen zu Ihrer Suche:
https://www.oakstreet.de/unternehmensboerse/

Elektrische Komponenten und Lösungen
Das Unternehmen ist mehr als 20 Jahre auf dem Markt und als Hersteller und Händler von elektrischen Komponenten und Beleuchtungsanwendungen bekannt.
Begonnen hat man mit der Vertretung eines europäischen Herstellers von steuertechnischen Geräten. Mit der Entwicklung und Einführung eines eigenen Produktes vor rund 10 Jahren hat sich das Unternehmen sehr gut entwickelt, beschäftigt 12 Mitarbeiter und ist heute im Anlagenbau und der Automatisierung als qualitativ hochwertiger Hersteller und Lieferant von LED-Beleuchtung angesehen. Mittlerweile konnte man das Produkt modifiziert auch in der Baubranche etablieren.

2.605 TEUR **Umsatz** | 683 TEUR **EBIT**

Ertragreiche Werbeagentur: Strategie & Umsetzung. Print, Online, Text, App, CD
Die Gesellschaft versteht sich als Rundumdienstleister von der strategischen Beratung über die Entwicklung kreativer Lösungen über alle Medienkanäle hinweg bis hin zur Umsetzung und Erfolgskontrolle. Das Produktportfolio umfasst neben Online, Print und Text auch die Entwicklung von Webseiten sowie Social Media und Corporate Design.
Bereits in der zweiten Unternehmergeneration ist die Gesellschaft der Spezialist für das regionale Marketing ihrer Zielbranche. Als Full-Service-Agentur entwickelt das junge Team intelligente und emotional aufgeladene Konzepte nach den individuellen Anforderungen der Zielgruppe.

1.047 TEUR **Umsatz** | 291 TEUR **EBIT**

Etablierter Full-Service-Anbieter in den Bereichen IT-Management und Monitoring
Das hier angebotene Unternehmen ist seit über 20 Jahren Spezialist für die Themen IT-Management und Monitoring. Das Geschäftsmodell basiert dabei auf einer Kombination aus Software-Reselling und kundenbedarfsorientierten Dienstleistungen. Mit rund 62 Mitarbeitern entwickelt der Full-Service-Anbieter individuelle und bedarfsgerechte Lösungen für die Messung, Optimierung und Flexibilisierung der IT-Dienste ihrer Kunden. Als Systemintegrator bietet das Unternehmen seiner Zielgruppe ein umfassendes Lösungs- und Serviceportfolio in den Bereichen Application Performance-, Technology Business- und IT Infrastructure Management sowie IT Operation Analytics.
Das Unternehmen verfügt über ein leistungsstarkes Netzwerk an externen Dienstleistern und Lieferanten. Qualifizierte Partnerschaften mit marktführenden Tool-Anbietern gewährleisten ein durchgängig hohes Qualitätsniveau der angebotenen Lösungen.

8.910 TEUR **Umsatz** | 112 TEUR **EBIT**

AUF DEM WEG ZUR UNTERNEHMENS-NACHFOLGE.
DAS ZIEL IST DAS ZIEL.

Oakstreet
ZIELFÜHREND ZUR UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Oakstreet
Partner des M&A Netzwerks
con|cess