

M&A: Tipps zur Präsentation des Unternehmens im Verkaufsprozess

Der nachfolgende Beitrag zeigt, wie Unternehmen ihre Aussendarstellung im Rahmen eines Verkaufsprozesses gezielt gestalten können, um Kaufinteressenten zu überzeugen und den Unternehmenswert positiv zu beeinflussen.



Von Edy Fischer, IfW Niggemann, Fischer & Partner

Ausgangspunkt im Verkaufsprozess ist die Erkenntnis, dass Kaufinteressenten sich frühzeitig ein Bild vom Unternehmen machen – zunächst ausschliesslich auf Basis öffentlich zugänglicher Informationen. Noch bevor vertiefte Unterlagen übermittelt werden, prüfen potenzielle Käufer nach Erhalt eines anonymisierten Kurzprofils und Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung den Unternehmensnamen im Internet. Daher kommt der Homepage und dem Auftritt in sozialen Medien eine zentrale Bedeutung zu. Sie fungieren als «Visitenkarte» des Unternehmens. Struktur, Aktuali-

tät, Professionalität und ein zeitgemäßes Erscheinungsbild sind entscheidend für den ersten Eindruck. Vor Beginn des Verkaufsprozesses sollte der gesamte Internetauftritt kritisch überprüft und gegebenenfalls optimiert werden.

Informationsmemorandum als Kernstück der Unternehmenspräsentation

Im nächsten Schritt bildet das Informationsmemorandum das Kernstück der Unternehmenspräsentation. Es soll dem Interessenten eine fundierte Grundlage für die Abgabe eines indikativen Kauf-

angebots liefern. Anders als ein werblicher Verkaufsprospekt muss das Memorandum ein realistisches, belastbares Bild des Unternehmens vermitteln. Es dient zugleich der internen Vorbereitung des Verkäufers, da bei seiner Erstellung häufig strukturelle Schwächen oder problematische Sachverhalte sichtbar werden. Können diese nicht im Vorfeld bereinigt werden, sollten sie transparent dargestellt und möglichst mit Lösungsperspektiven versehen werden.

Inhaltlich umfasst das Informationsmemorandum unter anderem die Unternehmenshistorie und -strategie, recht-

liche Rahmenbedingungen, Standorte, Produkte und Märkte, Wettbewerbsumfeld, Einkauf und Produktion, Forschung und Entwicklung, Qualitätsmanagement, Führungsstruktur, Personal, Organisation und IT. Darüber hinaus enthält es die Gewinn- und Verlustrechnungen und Bilanzen der letzten drei Geschäftsjahre sowie eine integrierte Unternehmensplanung. Wesentliche Veränderungen und Kennzahlen müssen plausibel erläutert werden. Ziel ist eine realistische Darstellung der nachhaltigen Ertragskraft, bereinigt um Sondereffekte.

Besonders hohe Bedeutung kommt der Unternehmensplanung zu, da zukünftige Erträge massgeblich für die Bewertung sind. Die Planung muss nachvollziehbar, konsistent und belastbar sein. Neben Zahlen interessieren sich Investoren vor allem für die Erfolgsfaktoren des Geschäftsmodells, Marktchancen, Risiken und Schwächen. Käufer wollen verstehen, worauf der bisherige Erfolg beruht und welche Synergiepotenziale sich ergeben. Sensible Detailinformationen, etwa zu einzelnen Kunden oder Mitarbeitern, werden zunächst anonymisiert dargestellt.

Gerade bei Familienunternehmen spielen neben dem Kaufpreis auch nicht-monetäre Ziele – etwa der Erhalt von Standorten oder Arbeitsplätzen – eine Rolle. Diese sollten im Memorandum offen benannt werden, damit Interessenten sie in ihren Angeboten berücksichtigen können. Ein gut ausgearbeitetes Memorandum reduziert Rückfragen, erhöht die Qualität der indikativen Angebote und stärkt die Verhandlungsposition des Verkäufers.

Managementpräsentation

Nach Auswertung der indikativen Angebote folgt die Managementpräsentation. Sie bietet dem Kaufinteressenten erstmals persönlichen Kontakt mit dem Führungsteam. Neben einem Update zur Geschäftsentwicklung werden Organisation, Produkte, Märkte, Lieferanten- und Kundenstruktur, Planung, Zukunftsaussichten sowie Stärken und Schwächen erläutert. Im Mittelpunkt steht jedoch die überzeugende Darstellung des Geschäftsmodells. Käufer möchten verstehen, wodurch sich das Unternehmen von Wettbewerbern abhebt, welche Kun-

Professionalität als A&O

Eine durchdachte, transparente und professionelle Präsentation in allen Phasen des Verkaufsprozesses ist entscheidend für den Erfolg. Vom ersten Online-Eindruck über das Informationsmemorandum und die Managementpräsentation bis hin zum Datenraum prägt jede Stufe die Wahrnehmung des Käufers. Je glaubwürdiger, strukturierter und konsistenter das Unternehmen auftritt, desto höher sind Vertrauen, Qualität der Angebote und letztlich die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Verkaufsabschlusses.

denprobleme es löst, warum es künftig erfolgreich sein kann und wie das Management mit Krisen umgeht. Auch der Verkaufsgrund muss plausibel sein.

Die Herausforderung besteht darin, schwer quantifizierbare, aber werttreibende Faktoren – etwa Unternehmenskultur, Innovationskraft oder Führungsqualität – glaubwürdig zu vermitteln. Eine überzeugende Präsentation verbindet Zahlen mit einer klaren strategischen Vision und schafft Vertrauen. Häufig wird sie durch eine Unternehmensbesichtigung ergänzt, die Einblicke in Produktionsabläufe und den Zustand der Anlagen gibt. Eine sorgfältige Vorbereitung ist unerlässlich, ebenso eine durchdachte Kommunikationsstrategie gegenüber Mitarbeitern, um Spekulationen zu vermeiden.

Due Diligence

Im weiteren Verlauf des Prozesses erfolgt die Due Diligence. Hierfür wird üblicherweise ein virtueller Datenraum eingerichtet, der geprüften Interessenten strukturierten und sicheren Zugang zu relevanten Unterlagen bietet. Die Professionalität und Ordnung des Datenraums beeinflussen erneut den Eindruck vom Unternehmen. Eine logische Ordnerstruktur, vollständige Dokumente und ein effizientes Frage-und-Antwort-System beschleunigen die Prüfung. Zu-

dem ermöglicht die Dokumentation der Zugriffe eine eindeutige Nachvollziehbarkeit.

Professionelle Präsentation in allen Phasen des Verkaufsprozesses

Eine durchdachte, transparente und professionelle Präsentation in allen Phasen des Verkaufsprozesses ist entscheidend für den Erfolg. Vom ersten Online-Eindruck über das Informationsmemorandum und die Managementpräsentation bis hin zum Datenraum prägt jede Stufe die Wahrnehmung des Käufers. Je glaubwürdiger, strukturierter und konsistenter das Unternehmen auftritt, desto höher sind Vertrauen, Qualität der Angebote und letztlich die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Verkaufsabschlusses.

e.fischer@ifwniggemann.ch
www.ifwniggemann.ch