

HERBERT LOOS

WIE

WERDE

ICH MEINE

FIRMA

LOS?

**Ratgeber für KMU-Gesellschafter
Fallbeispiele, Tipps, Checklisten
und Perspektiven**

BUCH!

Inhalt

Einleitung

1.	Das Leben danach: Vom Unternehmer zum Privatier	11
1.1	Welche Gefühle entstehen nach einer Firmenübergabe?	11
1.1.1	Urlaubsstimmung	13
1.1.2	Hurra - ich habe es geschafft!	13
1.1.3	Zweifel an der Qualität des Nachfolgers	14
1.1.4	Langeweile	17
1.1.5	Zweifel am Kaufpreis	17
1.1.6	Neid	19
1.2	Wann ist der richtige Zeitpunkt und was sind die Beweggründe für die Betriebsübergabe bzw. den Unternehmensverkauf?	19
1.2.1	Typ 1: Der Lustlose	19
1.2.2	Typ 2: Der Materialist	20
1.2.3	Typ 3: Der Idealist	21
1.2.4	Typ 4: Der Alte	21
1.2.5	Typ 5: Der Kranke	23
1.3.	Checkliste zur Klärung der eigenen Position als Übergeber bzw. Firmenverkäufer	24
2.	Zeitplan für einen Firmenverkauf/ eine Betriebsübergabe	26
3.	Sieben Schritte zum erfolgreichen Firmenverkauf	28
4.	Die eigene Firma richtig präsentieren	31
4.1	Umfang der Firmenpräsentation	32
4.2	Besonderheit der Firmenpräsentation	35

5.	Was ist meine Firma wert?	39
5.1	Substanzwertmethode	42
5.2	Liquidationsmethode	43
5.3	Ertragswertmethode	44
5.4	Stuttgarter Verfahren	46
5.5	Wiener Verfahren	47
5.6	Discountierte Cash-Flow-Verfahren	48
5.7	Mulplikatorenmethode	50
6.	Verkaufspreisfindung	53
6.1	Wirtschaftlicher Unternehmenswert als Grundlage für den Verkaufspreis	53
6.2	Emotionaler Unternehmenswert als Grundlage für den Verkaufspreis	54
6.3	Strategischer Unternehmenswert als Grundlage für den Verkaufspreis	55
7.	Faktor »Mensch«	57
8.	„ Management, Geschäftsleitung	61
9.	Mitarbeiter	64
9.1	Personalkennzahlen	64
9.2	Intellektuelles Kapital	65
10.	Wie finde ich den passenden Käufer?	69
10.1	Die Kontaktaufnahme	75
10.2	Verschwiegenheit und Vertraulichkeit	79
11.	Der optimale Fahrplan für die Betriebsnachfolge	83
12.	Due Diligence	85
12.1	Funktionen der Due Diligence	86
12.2	Praktische Durchführung der Due Diligence	86
12.3	Analyseschwerpunkte einer Due-Diligence- Prüfung	87

12.3.1	Analyseschwerpunkte aus der Sicht strategischer Investoren	87
12.3.2	Analyseschwerpunkte aus der Sicht von Finanzinvestoren	87
12.4	Ergebnis der praktischen Arbeit	88
12.5	Gliederung eines Due-Diligence-Reports	89
12.6	Funktionale Formen der Due Diligence	89
12.7	Kritik an einer Due Diligence	93
13.	Kommunikation: extern - intern	94
14.	Firmenkultur und kulturelle Konflikte	97
15.	Verträge	101
15.1	Vertraulichkeitserklärung	101
15.2	Absichtserklärung	101
15.3	Kaufvertrag	103
16.	Letzte Tipps und Tricks für die Transaktion	107
17.	Einarbeitung und Wissenstransfer	111
18.	Häufige Fehler in der Praxis	117
19.	Fazit: Darauf kommt es an!	125
	Schlusswort	129