

Spirale des Erfolgs

FIRMENVERKAUF In mehr als einem Dutzend Plattformen im Internet können Unternehmer ihre Firma zum Kauf anbieten. Doch Vorsicht: Die Online-Inserate locken auch Abzocker an

[Text: Ulrich Buchholtz Illustrationen: Dana Hofmann]

Andreas Frank hatte lang nachgedacht. Dann stand für ihn fest: „Zu viel Risiko.“ Mit seiner Firma Frank Elektronik war der Bayer vor fünf Jahren in den Markt für LEDs eingestiegen. Das Geschäft mit der neuen Beleuchtungstechnik brachte dem Unternehmen aus Traunstein im Chiemgau den Durchbruch. Doch das starke Wachstum erforderte hohe Investitionen. Ein zu großes Wagnis, entschied der 30-jährige Frank, der kurz zuvor Vater geworden war.

Also entschloss sich der Unternehmer zum Verkauf seiner Firma. Wie bei den LEDs setzte er auch bei der Suche nach einem Käufer auf neue Technologie. Denn nicht unter seinen Geschäftspartnern oder über seine Branchenkontakte, sondern im Internet warb er um Interessenten: Mitte vergangenen Jahres bot er sein Unternehmen über mehrere Online-firmenbörsen an.

In der digitalen Annonce pries er „enge Kundenbindungen, Flexibilität, kurze Reaktionszeiten“ und „eine hohe Lösungskompetenz“ an. Auch die Perspektiven hob Frank hervor: „Das starke Engagement in Wachstumsmärkten wie LED-Technik lässt für die nahe Zukunft weitere Steigerungsraten erwarten.“

Das kam an. „Innerhalb von zwei Wochen meldeten sich drei Interessenten mit einer ernsthaften Kaufabsicht“, sagt der Unternehmer. Frank nutzte die Chance: Er vereinbarte umgehend Termine für ein persönliches Treffen. Drei Tage nach dem Eingang der ersten Antwort auf sein Inserat saß er mit einem der Interessenten in seinem Büro zusammen; auch die beiden an-

deren potenziellen Käufer traf er. Schnell stellte sich heraus, dass zwei der Kandidaten für ihn nicht in Betracht kamen. Die Vorstellungen von der Zukunft der Firma lagen zu weit auseinander.

Mit Bewerber Nummer drei jedoch ließ es sich gut an. Die Beteiligungsholding hatte bereits zwei ähnliche Firmen in der Region erworben und wollte Frank Elektronik in diesen Verbund integrieren. „Ich habe sehr geschätzt, dass mir dieser Interessent frühzeitig sein unternehmerisches Konzept vorgestellt hat und mich einlud, mir die anderen Betriebe anzuschauen“, sagt Frank.

Eine interessante Option

Als die grundlegenden Dinge über die Zukunft der Firma besprochen waren, ging es noch um den Preis – nicht selten der größte Knackpunkt in Verhandlungen. Doch durch die gute Gesprächsbasis fanden die beiden Seiten auch hier zu einer Lösung. Bereits fünf Monate nach dem Schalten der Anzeige im Internet war der Vertrag beim Notar unterzeichnet.

„Es passt perfekt“, resümiert Frank begeistert. Er arbeitet weiterhin als Geschäftsführer im Unternehmen, hat die Mehrheit an der Firma aber abgegeben. Den 30 Mitarbeitern von Frank Elektronik gab der Deal Sicherheit, und auch bei den Kunden stieß die Veränderung auf Zustimmung.

Der Verkauf der Firma im World Wide Web – gerade für kleine Mittelständler eine interessante Option. Kaum ein traditionelles Netzwerk, über das etwa die Hausbank, ein Branchenverband oder Unternehmensberater verfügt, dürfte ähnlich viele potenzielle Investoren umfassen, wie über Firmenbörsen im >

Die Kunst besteht darin, das Unternehmen ansprechend zu präsentieren, ohne Kunden oder Wettbewerber aufzuseuchen

Andreas Frank Frank Elektronik

Das Unternehm

ermarkt etabliert und be

antteil. Nicht zule

bestehen au



Internet angesprochen werden können. Und ebenso wie Andreas Frank nutzen inzwischen zahlreiche Unternehmer die virtuellen Marktplätze, um ihre Firma anzubieten. Die größte Onlinebörse, Nexxt-Change.org, vermittelte im vergangenen Jahr 1141 inserierenden Unternehmern einen Käufer. Hinzu kamen 124 Firmeninhaber, die unter den annoncierten Kaufgesuchen einen Nachfolger fanden. Mehr als 7200 Unternehmen wechselten seit dem Start der Börse im Jahr 2006 über Nexxt-Change den Eigentümer.

Die Plattform wird unter anderem unterstützt vom Bundeswirtschaftsministerium, betrieben wird sie von der staatlichen KfW Bankengruppe. Neben Nexxt-Change gibt es mehr als ein Dutzend weitere Onlinebörsen, die im Wettbewerb zueinander stehen. Mitunter finden sich dort nur ein paar Dutzend Inserate. Und nicht immer wird auf den ersten Blick klar, wer der Betreiber ist und welche Interessen er verfolgt. Unternehmensberater, die sich auf die Begleitung von Firmenverkäufen spezi-

WO SICH UNTERNEHMER UND FIRMENKÄUFER FINDEN KÖNNEN

Auf zahlreichen Internetportalen können Inserate für den Kauf oder den Verkauf von Firmen geschaltet werden – eine Auswahl

Internetseite	Start-jahr	Betreiber/Partner	Verkaufs-angebote ¹	Kauf-gesuche ¹	Kaufvermitt-lungen 2010	Kosten
Biz-Trade.de	2005	Walker Consult (E-Commerce-Beratung)	1144	880	nicht bekannt	kostenlos
Dub.de ²	2011	Deutsche Unternehmerbörse, „Handelsblatt“, Commerzbank, Ernst & Young	–	–	–	119 Euro (inkl. MwSt.)
Firmenboerse.de	1994	Granville Establishment (M&A-Beratung)	18	192	9	5 Prozent vom Kaufpreis ⁴
Firmenzukaufen.de	2002	Internet BV (Niederlande)/ Adcorporate (M&A-Beratung)	564 ³	198 ³	nicht bekannt	ab 175 Euro (zzgl. MwSt.) ⁵
4-Deal.de	2002	Weise & Partner (Unternehmensberatung)	148	36	nicht bekannt	49 bis 175 Euro (zzgl. MwSt.)
Kauf-Verkauf24.de	2006	HJK Unternehmensbörse (Unternehmensberatung)	circa 750	circa 70	nicht bekannt	49,99 Euro (inkl. MwSt.)
KMU-Unternehmensmarkt.de/ Concess.de	1999	Concess (M&A-Beratung)	181	1181	36	4 Prozent vom Kaufpreis ⁴
Nexxt-Change.org	2006	KfW, BMWi, DIHK und andere	6377	2976	1265	kostenlos
Schmidt-Partner.cc	2004	Schmidt & Partner Unternehmensberatung	43	–	5	3 bis 9 Prozent vom Kaufpreis ⁴
Transferfabrik.de	2004	TFF Transferfabrik (M&A-Beratung)	77	24	nicht bekannt	ab 95 Euro (zzgl. MwSt.)
Unternehmensmarkt.de	1997	Cobis Gesellschaft für Unternehmensmarktdienste	276	53	nicht bekannt	100 Euro (zzgl. MwSt.)
Unternehmen-sucht-Unternehmer.de	2006	Stemas (Beteteiligungsgesellschaft)	870	218	circa 250	kostenlos
VSU-AG.de	1997	VSU (Transaktionsberater)	20	30	9	5 Prozent vom Transaktionsvolumen ⁴

¹⁾ Anfang Februar 2011, für Deutschland; ²⁾ erst seit Anfang Februar aktiv; ³⁾ international; ⁴⁾ inklusive Beratertätigkeiten; ⁵⁾ Preis für Verkaufsangebote; Quelle: Unternehmensangaben; Recherche: Stefan Kratz

alisiert haben und auf neue, gut bezahlte Mandate hoffen, finden sich neben IT-Fachleuten, die von einem Ebay für Firmenverkäufe träumen. Von kostenlos bis teuer ist alles dabei (siehe Tabelle Seite 106).

Zu den Nutzern der Börsenvielfalt gehören indes auch windige Geschäftemacher und sogar Betrüger. Wer sich daher mit seinem Unternehmen im Netz präsentieren will, sollte über die Mechanismen der einzel-

nen Firmenmärkte genau Bescheid wissen. Denn jede dieser Börsen funktioniert anders. Nexxt-Change etwa arbeitet mit Regionalpartnern. Das können zum Beispiel Handwerks- oder Industrie- und Handelskammern sein oder auch Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken. Will ein Unternehmer über die Börse einen Käufer für seine Firma suchen, muss er zunächst Kontakt mit einem solchen Regionalbetreuer aufnehmen. Dieser hilft nicht nur beim Formulieren der Anzeige, sondern dient zugleich als Kontaktadresse für Interessenten.

Der potenzielle Firmenkäufer kann dadurch zusätzliche Informationen erfragen, ohne dass der Verkäufer seine Anonymität aufgeben muss. Außerdem können die Regionalbetreuer die Interessenten vor einem ersten Treffen mit dem Verkäufer überprüfen und ungeeignete Kandidaten aussortieren.

Wie Anzeigenblätter - nur mit mehr Platz

Anders läuft es bei Onlinebörsen wie Unternehmensmarkt.de oder Unternehmen-sucht-Unternehmer.de, über die Andreas Frank seinen Käufer fand. Sie funktionieren ähnlich wie Kleinanzeigenblätter - nur mit mehr Platz für den Anzeigentext. Und das bedeutet: Die Inserenten sind im Wesentlichen auf sich selbst gestellt.

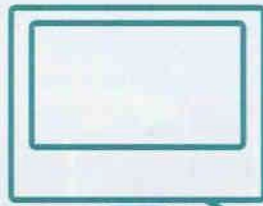
Unternehmer auf Käufersuche müssen dann allein die unseriösen Anfragen herausfiltern. So wird in Internetforen von Gaunern berichtet, die vorgaukeln, reiche Privatinvestoren aus dem Ausland zu vertreten. In Wahrheit aber sei ihr Ziel, den Unternehmer bei einem schnell vereinbarten persönlichen Gespräch auszunehmen (siehe Kasten auf Seite 109).

Die Gefahr, Betrügern einen Platz für ihr Unwesen zu geben, ist den Börsenbetreibern durchaus bewusst. „Wenn wir von Nutzern erfahren, dass ein registrierter Teilnehmer Anfragen versendet, die eine betrügerische Absicht vermuten lassen, sperren wir diesen >

Die eigenen Produkte kann man als Unternehmer verkaufen, die eigene Firma nicht

Heinz Kuckenberg Ex-Unternehmer

stillen Beteiligung, idealerweise über eine Beteiligungsbranche, um sich über eine Beteiligung, idealerweise über eine Beteiligungsbranche, um sich



Kaufinteressenten zu finden: zum einen die Datenbank der Wirtschaftsauskunftei Creditreform und zum anderen die Unternehmensbörsen im Internet. Zwei Interessenten fand er über inserierte Kaufgesuche in den Marktplätzen und rund ein Dutzend über eigene Anzeigen auf Nexxt-Change.org, Unternehmenssucht-Unternehmer.de, [der Concess-Börse](http://der-Concess-Börse) und nicht zuletzt auf seiner [eigenen Homepage DFM-Lehmann.de](http://eigenen-Homepage-DFM-Lehmann.de).

Den Zuschlag bekam letztlich ein Existenzgründer, der sich über Nexxt-Change gemeldet hatte: Matthias Botz. Der 50-Jährige hatte zuvor bei Würth Elektronik unter anderem ein Leiterplattenwerk geleitet, spielte aber schon länger mit dem Gedanken, sich selbstständig zu machen. Nexxt-Change erleichterte ihm die Umsetzung dieses Wunsches enorm: „Die Suche in der Onlinedatenbank hat mich gerade einmal zehn Minuten gekostet.“

So zufrieden Heinz Kuckenberg mit seinem M&A-Berater auch ist: Grundsätzlich sollten Unternehmer die Firmenvermittler zunächst kritisch prüfen, bevor sie ein Mandat erteilen. Vor allem, wenn sich ein Berater auf eine Anzeige meldet und erklärt, einen Käufer für

die Firma an der Hand zu haben, ist Vorsicht geboten. Denn nicht selten setzen Geschäftsmacher die Firmeneigner im zweiten Schritt unter Druck, einen Vermittlungsauftrag zu unterzeichnen. Manche Unternehmer realisieren dann in der kurzen Zeit nicht, dass sie die anfallenden hohen Gebühren auch zahlen müssen, wenn sich bei ihnen überhaupt kein Interessent meldet.

Zur Strategie unseriöser Berater gehört zudem oft ein zu hoch angesetzter Firmenwert. Das lockt Unternehmer zur Unterschrift und kaschiert überhöhte Gebühren. Eine Praxis, die [Concess-Experte Lehmann](#) bei einem Wettbewerber beobachtet haben will. Mehr als ein Dutzend der Berechnungen des Beratungshauses habe er gesehen. „Im Schnitt lagen die Ergebnisse bei ungefähr dem Doppelten dessen, was ich als realistisch ansehe.“

Gesundes Misstrauen erforderlich

Die oft fatale Folge: Zum mit viel Brimborium am Computer kalkulierten Mondpreis greift kein Investor zu. Und schlimmer noch: Die Unternehmer wollen von dem Wert, der ihnen als fair bescheinigt wurde, nicht mehr abrücken. Selbst gute Firmen finden dann jahrelang keinen Käufer.

Gesundes Misstrauen und die übliche Sorgfalt im Geschäftsverkehr können jedoch schon verhindern, über den Tisch gezogen zu werden. Heinz Kuckenberg etwa hat trotz des guten Eindrucks, den sein M&A-Berater im ersten Gespräch auf ihn gemacht hat, den Vermittlungsauftrag nicht sofort unterschrieben, sondern diesen erst einmal durch einen Rechtsanwalt prüfen lassen.

Diese Zeit nahm sich Andreas Frank nicht. Wie Kuckenberg hatte er einen M&A-Berater engagiert, der seine Firma dann online feilbot. Doch anders als der einstige Platronic-Gesellschafter ist Frank im Rückblick mit seinem Berater nicht zufrieden. Der habe ihn schnell zum Abschluss eines Vermittlungsvertrags gedrängt, der unter anderem ein ziemlich üppiges Erfolgshonorar vorsah. Während seriöse M&A-Berater oft nur fünf Prozent oder weniger vom Kaufpreis berechnen, zahlte Frank weit mehr.

Auch die Qualität der Betreuung überzeugte den LED-Spezialisten nicht. Er zog in den Verhandlungen mit den Interessenten lieber seinen Steuerberater hinzu. „Wenn ich von den Möglichkeiten der Unternehmensbörsen im Internet gewusst hätte“, so das Resümee des Unternehmers, „hätte ich den Berater eigentlich nicht gebraucht.“



VORSICHT, FALLE!

Abzockertricks, die Unternehmer kennen sollten

Falle 1: „Wir vertreten eine Gruppe von vermögenden Investoren...“

...die gern in Ihr Unternehmen investieren würde. Bitte besuchen Sie uns, um sich vorzustellen, und bringen Sie doch bitte einen Koffer mit Bargeld mit, um Ihre Seriosität zu beweisen.“

Immer wieder versuchen Betrüger und Gangster, über solche Mails einen Kontakt anzubahnen. Manchmal wählen sie eine etwas weniger direkte Formulierung, häufig – bei Auslandsöfferten – auch sprachlich unbeholfen.

Falle 2: „Wir haben einen Käufer für Ihre Firma...“

...doch bitte unterschreiben Sie uns vorher einen Auftrag für ein Vermittlungsmandat.“ Der Klassiker, um Sie zu einem Vertragsabschluss zu bringen. Dieser ist natürlich mit einer saftigen Vorauszahlung verbunden. Dass Sie Kaufinteressenten jemals kennenlernen, ist fraglich. Denn meist gibt es gar keinen. Die ganz realen Gebühren fallen dennoch an.

Falle 3: „Lassen Sie uns doch mal schauen, was Ihr Unternehmen wert ist...“

Nachdem der Berater ein paar Ihrer Unternehmenszahlen in den Computer gehackt hat, kommt ein erstaunliches Sümmchen raus. Es ist so hoch, dass Sie den Vermittlungsauftrag mit Vorkasse sogar richtig gern unterschreiben. Mitunter ist der errechnete Unternehmenswert aber völlig unrealistisch. Zu diesem Preis werden Sie kaum einen Käufer für Ihre Firma finden.