

Businessclub Loorenkopf

Warum kauft niemand meine Firma?

20. April 2017



WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Agenda



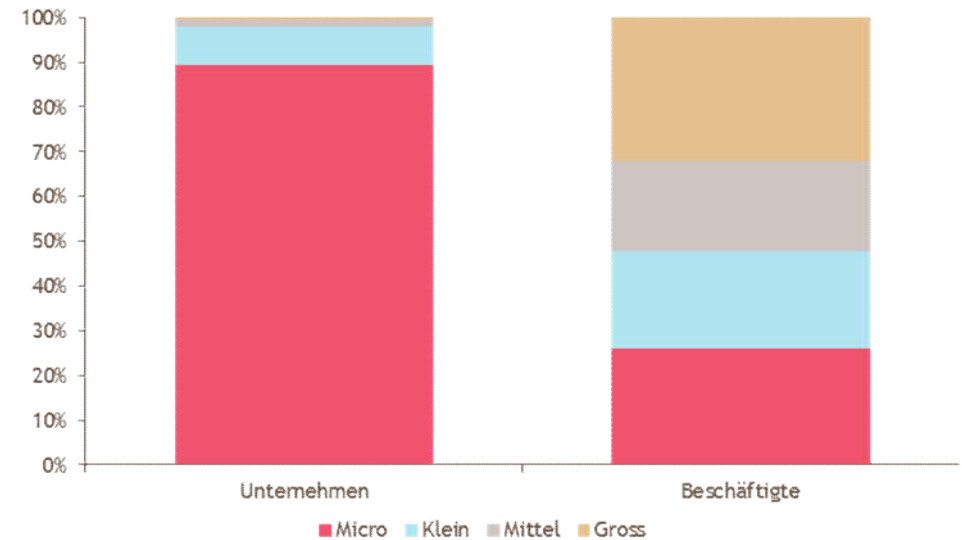
WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Ausgangslage

Struktur der Schweizerischen Unternehmen

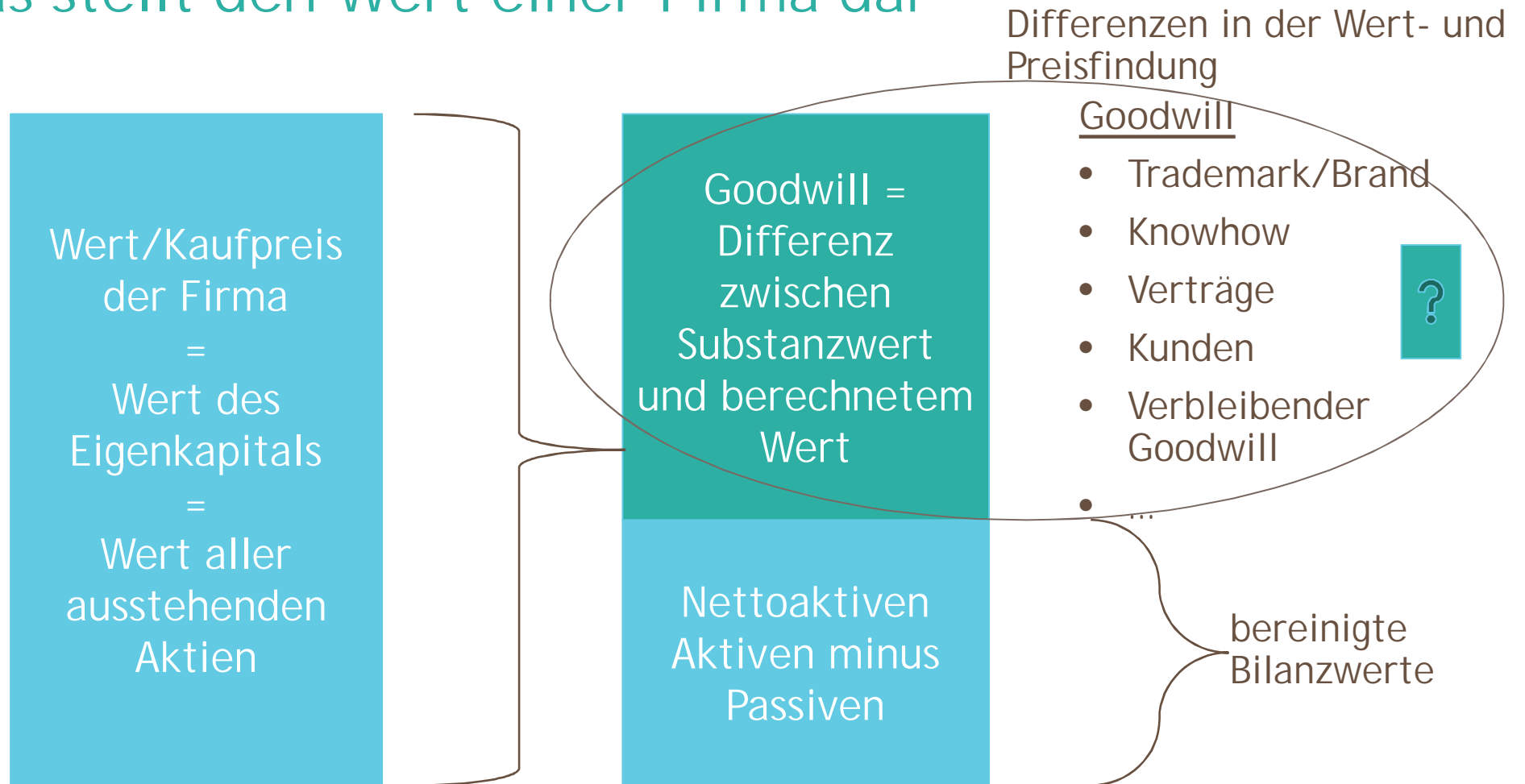
	Unternehmen		Beschäftigte	
Micro	518'795	89.74%	1'149'979	26.33%
Klein	48'858	8.45%	941'064	21.55%
Mittel	8'905	1.54%	877'834	20.10%
Gross	1'562	0.27%	1'397'917	32.01%
Total	578'120	100.00%	4'366'794	100.00%

Quelle: BFS - Statistik der Unternehmensstruktur 2014 (BFS 2017)



WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Was stellt den Wert einer Firma dar



WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Bezahlter «Goodwill»

- Je nach Branche fällt der Anteil des verbleibenden Goodwills vom Kaufpreis unterschiedlich aus.
- Die Unterschied liegt in der Regel im Wachstumspotential der Branche und im Grad der Etablierung der Gesellschaft im Speziellen und der Branche im Allgemeinen

Branche	Goodwill in % vom Kaufpreis
Verarbeitende Industrie	36%
Finanzdienstleister	41%
Life Science und Gesundheitswesen	56%
Technologie, Telekommunikation	54%
Detailhandel und Konsumgüter	43%
Energie und Versorgung	21%

Quelle: PwC, Juli 2011

WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Wie kommt man zum Wert?

- Marktvergleich
 - Existierender Kurs in einem freien Markt mit Zugang für alle Marktteilnehmer (Börse)
 - Vergleichbare, beobachtete Transaktion(en) in Industrie
- Unternehmensbewertung
 - Erstellt durch CFO, CEO, Inhaber
 - Beauftragter Berater

WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Unternehmensbewertung

- Allen Methoden gleich:
 - Es gibt immer eine Aussage zur Zukunft
 - Beinhalten Unsicherheiten und arbiträre Aussagen
 - Nur eine bedingte zeitliche Gültigkeit
- Methoden
 - Best Practice ist die Discounted Cashflow Methode («DCF-Methode»)
 - Bedingt Budgets und Businesspläne
 - Einfluss des Bewerter aufgrund Herleitung Diskontsatz
 - In Ergänzung zur DCF-Methode werden Marktvergleiche gemacht
 - Handels- und Transaktionsmultiplikatoren
 - Praktikermethode (gewichtetes Mittel aus Ertrags- und Substanzwert) wird nur noch in spezifischen Situationen angewendet
 - Steuerliche Bewertungen
 - Vertragliche Bedingungen

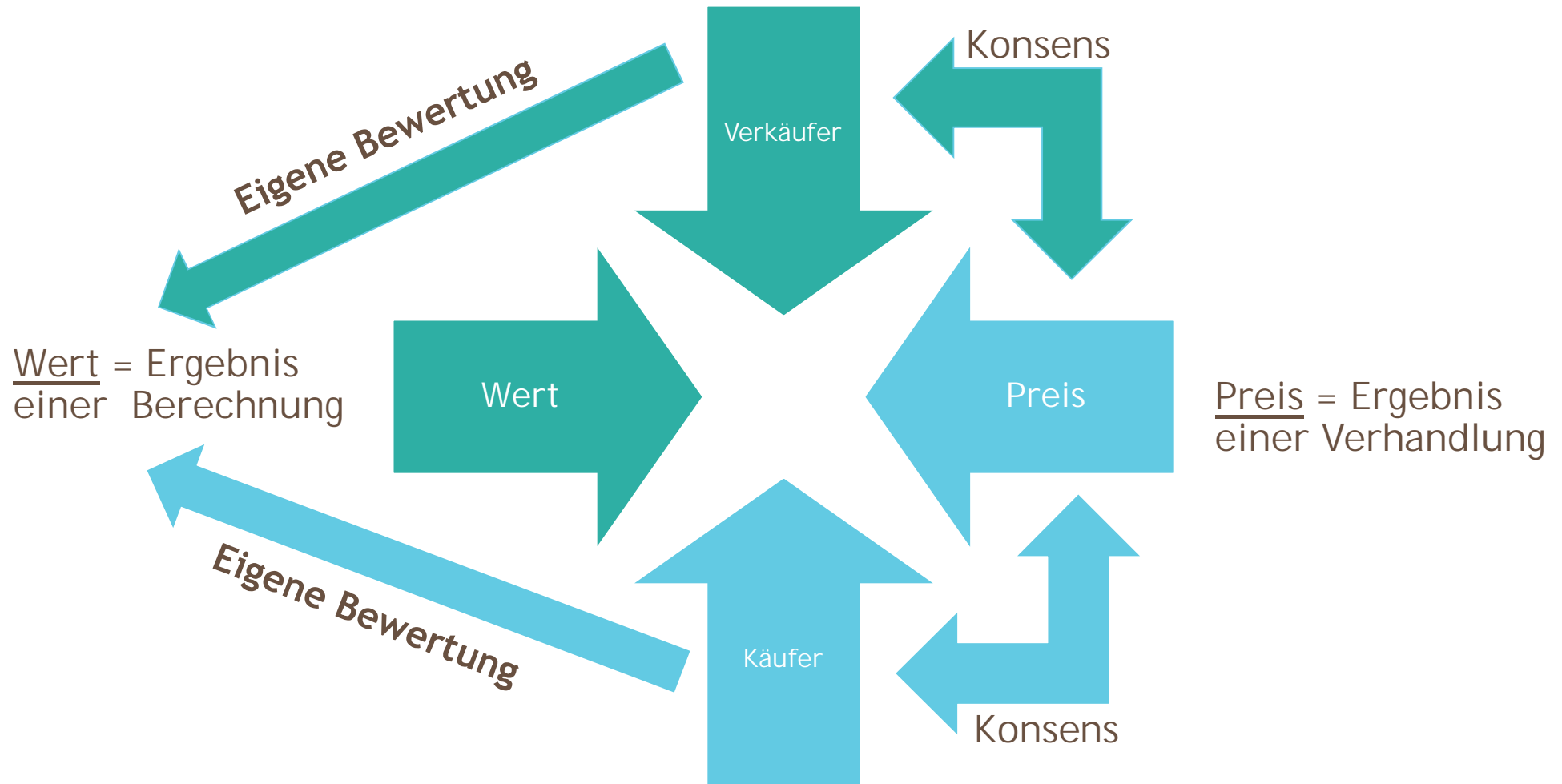
WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Wert vs. Preis

- Zu beachten
 - Bewertungen im Rahmen von Verkaufstransaktionen im KMU-Bereich und im speziellen im K-Bereich müssen auch die mögliche Finanzierbarkeit durch einen Käufer reflektieren
 - Bewertung ohne Bezug zu einem möglichen Preis sind im Rahmen einer Transaktion nahezu «wertlos»
 - Eine Bewertung soll ein realistisches Szenario in Bezug auf das Verkaufsobjekt abgeben

WARUM KAUFT NIEMAND MEINE FIRMA?

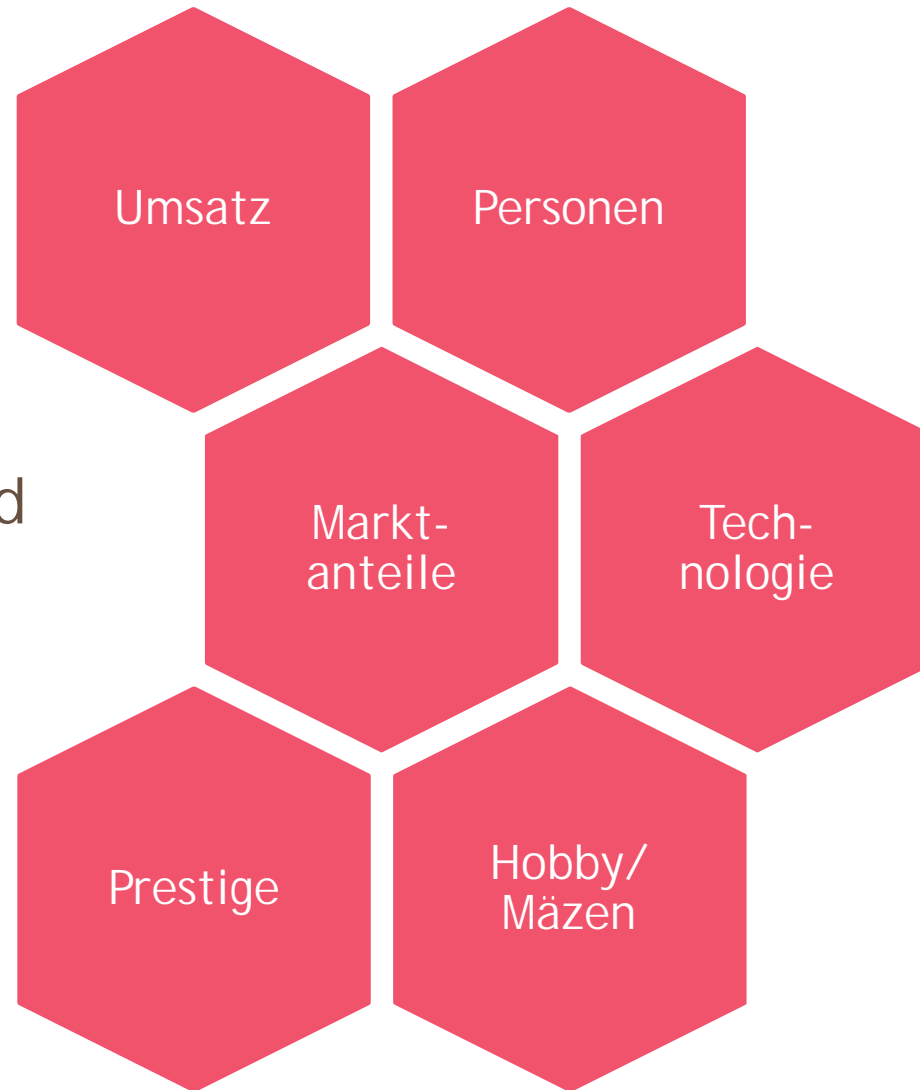
Wert vs. Preis



WARUM KAUFT NIEMAND MEINE FIRMA?

Make or Buy

Zeit, Geld und
Risiko

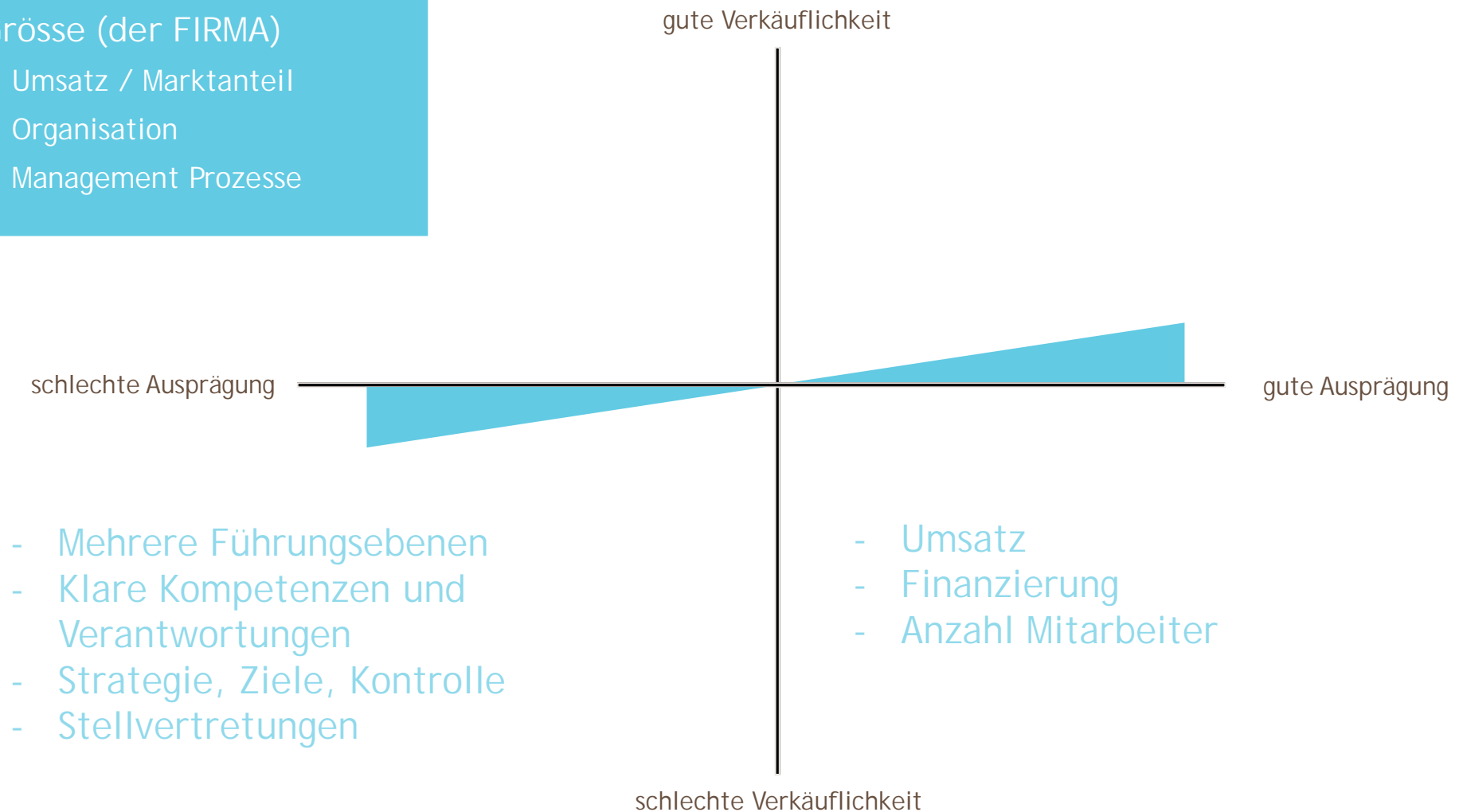


WARUM KAUFFT NIEMAND MEINE FIRMA?

Chancen und Risiken - Treiber der Verkaufbarkeit

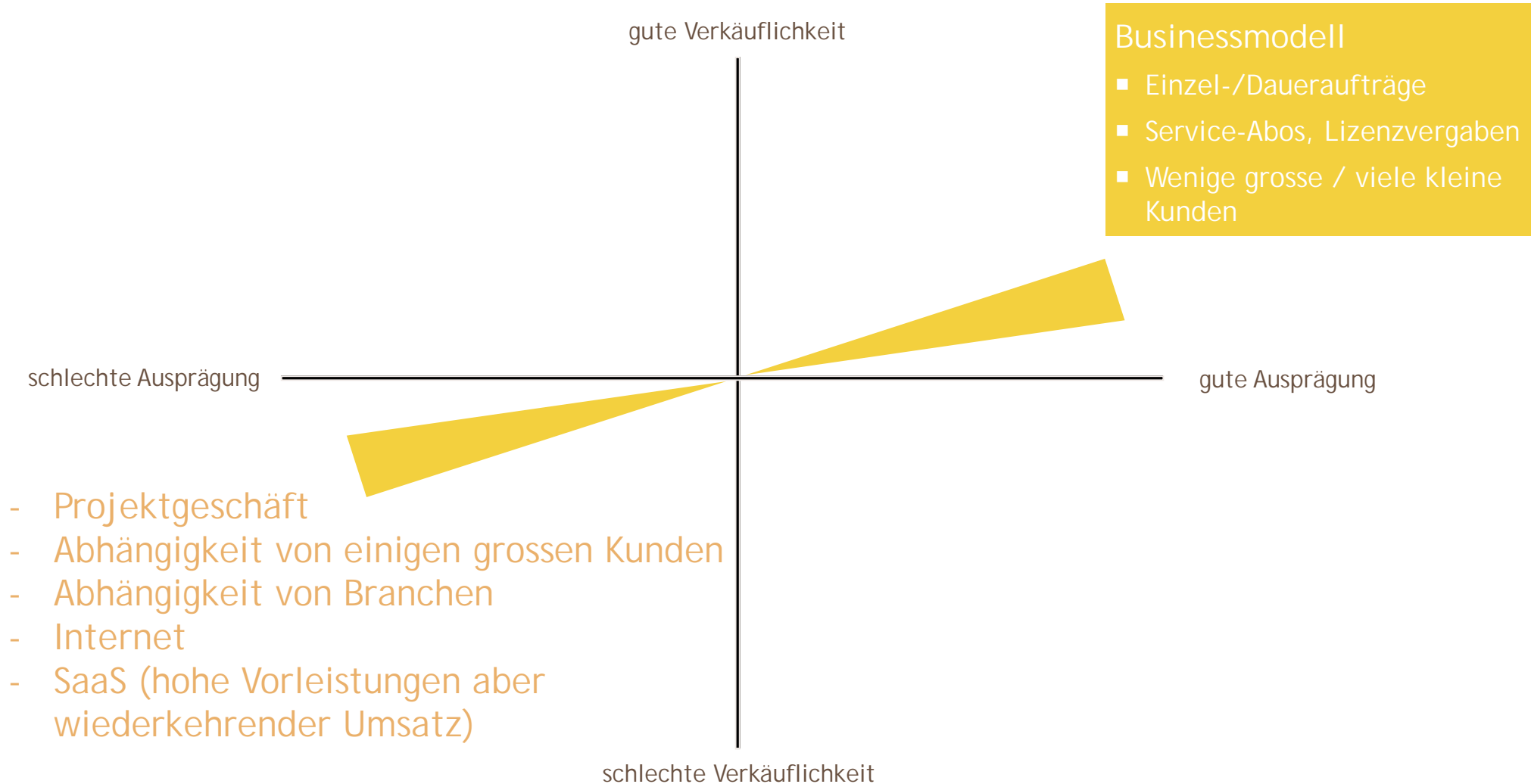
Grösse (der FIRMA)

- Umsatz / Marktanteil
- Organisation
- Management Prozesse



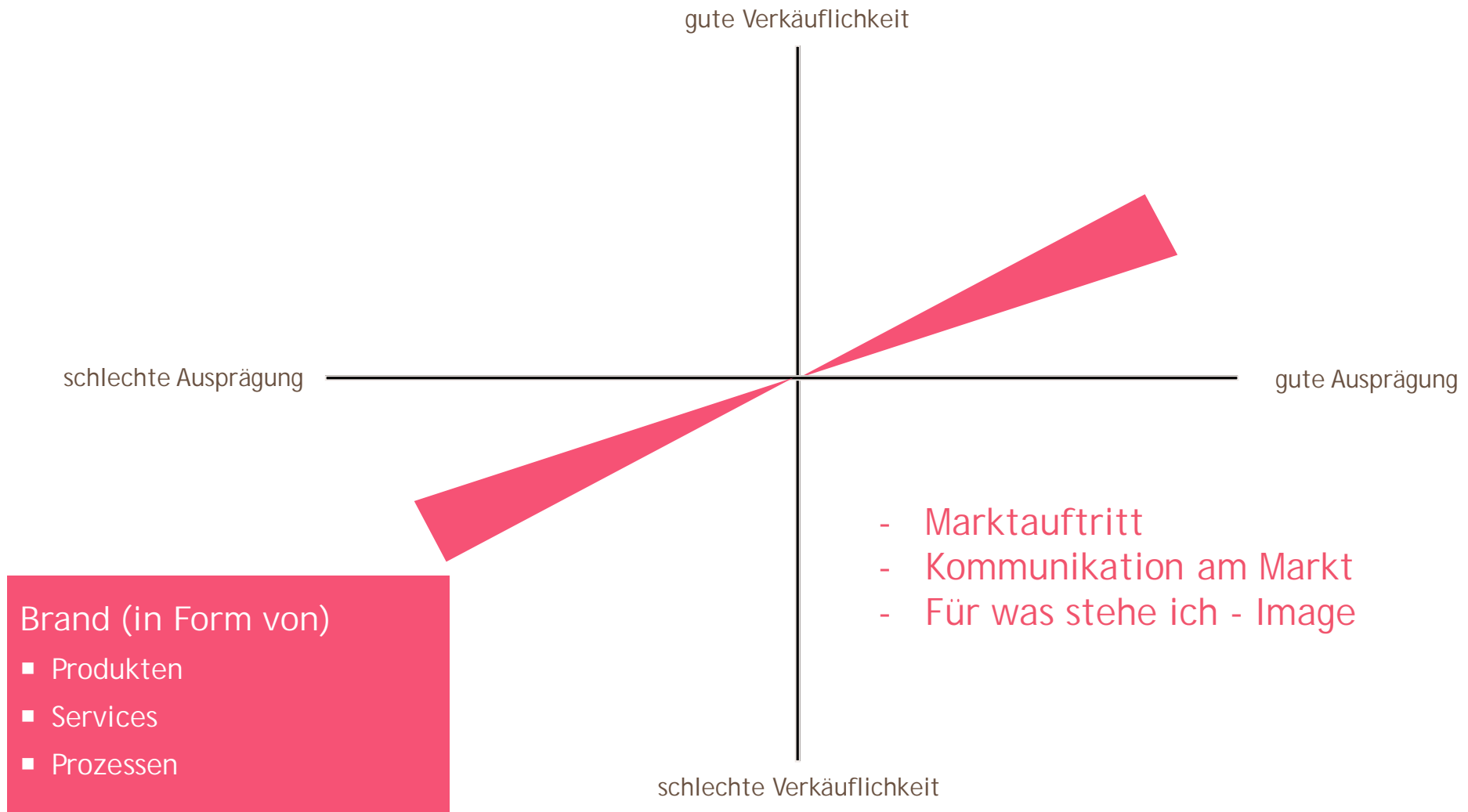
WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Chancen und Risiken - Treiber der Verkaufbarkeit



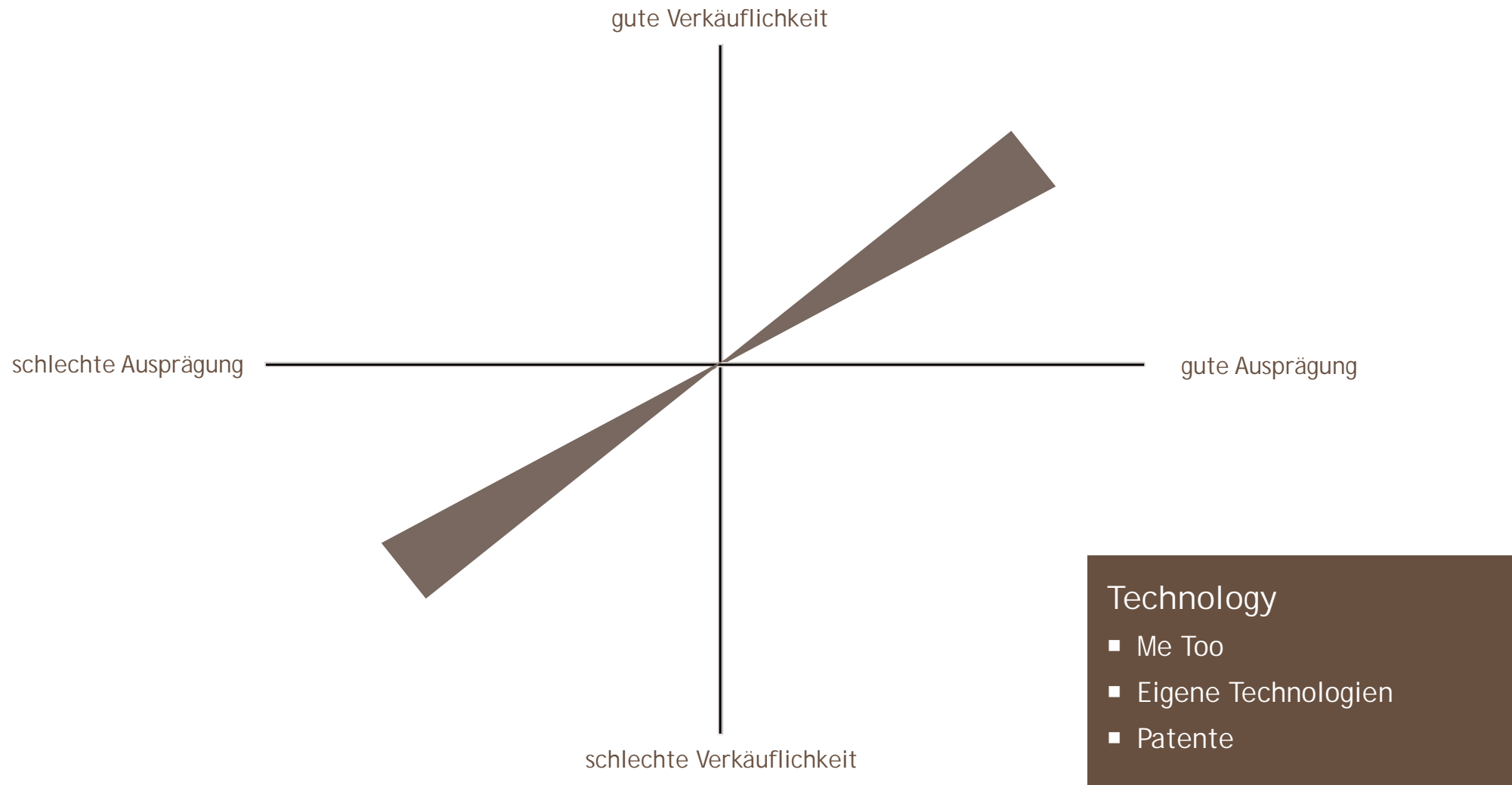
WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Chancen und Risiken - Treiber der Verkaufbarkeit



WARUM KAUFT NIEMAND MEINE FIRMA?

Chancen und Risiken - Treiber der Verkaufbarkeit



WARUM KAUFFT NIEMAND MEINE FIRMA?

Chancen und Risiken - Treiber der Verkaufbarkeit

Grösse (der FIRMA)

- Umsatz / Marktanteil
- Organisation
- Management Prozesse

Businessmodell

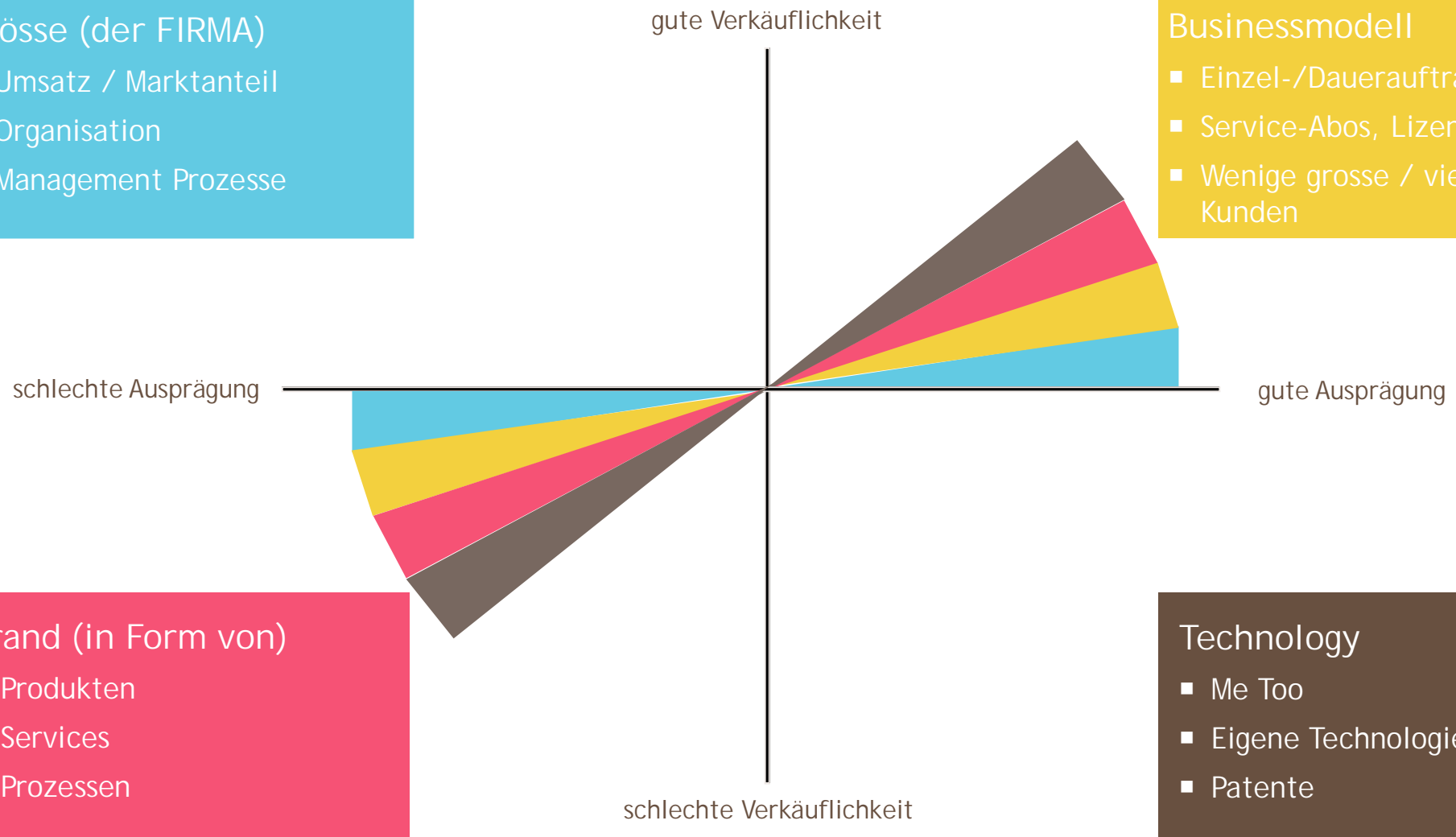
- Einzel-/Daueraufträge
- Service-Abos, Lizenzvergaben
- Wenige grosse / viele kleine Kunden

Brand (in Form von)

- Produkten
- Services
- Prozessen

Technology

- Me Too
- Eigene Technologien
- Patente



WARUM KAUFT NIEMAND MEINE FIRMA?

Chancen und Risiken

Mögliche Dealkiller



WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Empfehlungen

Unternehmensbezogene Themen

- Klare Strategie und Fokus
- Innovation
- Personenunabhängig
- Mein Unternehmen ist Zukunftsfähig
- «Best Owner» - aktuelle Profitabilität / Zukunft

WARUM KAUFT NIEMAND MEINE FIRMA?

Empfehlungen

Transaktionsbezogene Themen

- Ich kenne den Markt und die Mitbewerber sowie deren Stärken/Schwächen
- Genügend früh den Verkauf/«Nachfolge» planen (Initialisierung, Analyse, Planung, Umsetzung) → «Window of Opportunity»
- Die FIRMA ist kein Sparschwein (Vorsorge & Sicherheit)
- Der Verkaufsprozess:
 - Mit Berater
 - Ziele sind definiert
 - Hausaufgaben sind gemacht
 - Der Prozess sollte so schnell als möglich und so langsam wie nötig dauern
 - etc.

WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Fragen?



WARUM KAUFTE NIEMAND MEINE FIRMA?

Besten Dank für Euro Aufmerksamkeit!



MARCEL JANS
Partner
Leiter Corporate Finance Schweiz

Direkt: +41 44 444 37 55
Mobil: +41 79 336 94 56
Email: marcel.jans@bdo.ch