Käufer verstehen lernen – Wie Investoren wirklich denken

Wer sein Unternehmen verkaufen möchte, blickt naturgemäß zuerst auf die eigene Perspektive: den Wert des Lebenswerks, die geleistete Arbeit, die persönliche Geschichte. Käufer und Investoren blicken auf dasselbe Unternehmen jedoch mit einer ganz anderen Brille.

Wolfgang A. Bürger November 2026 Lesezeit ca. 3 Min. Beitrag 7.5-04



Wonach Investoren wirklich schauen

Für einen Käufer zählt in erster Linie die Zukunft, nicht die Vergangenheit. Entscheidend ist nicht, was ein Unternehmen geleistet hat, sondern wie verlässlich sich diese Leistung fortsetzen lässt – auch ohne den bisherigen Inhaber.

- Wie stark hängt der Erfolg von einer einzelnen Person ab?
- Wie wiederholbar und planbar sind Umsätze und Erträge?
- Wie stabil sind Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeiterbeziehungen?
- Welches Wachstumspotenzial lässt sich realistisch heben?
- Wie hoch ist das Risiko im Verhältnis zum geforderten Preis?

Typische Denkmuster von Käufern

Investoren rechnen in Multiplikatoren, Kapitalrückflüssen und Risikoabschlägen. Ein Unternehmen, das

stark vom Inhaber abhängt, wird in dieser Logik automatisch niedriger bewertet – unabhängig davon, wie erfolgreich es aktuell operiert. Denn aus Käufersicht kauft man nicht die Vergangenheit, sondern das Risiko der Zukunft.

> „Verkäufer bewerten die Leistung von gestern. Käufer bewerten das Risiko von morgen."

Was das für Verkäufer bedeutet

Wer diese Denkweise kennt, kann sein Unternehmen gezielt darauf vorbereiten: Verantwortung breiter verteilen, Prozesse dokumentieren, Kundenbeziehungen institutionalisieren statt an einzelne Personen zu binden, und die eigene Wachstumsgeschichte belastbar und nachvollziehbar erzählen. All das reduziert das wahrgenommene Risiko – und damit den Abschlag, den Käufer sonst einpreisen.

Zwei Verkäufer, zwei Ergebnisse

In unserer Praxis erleben wir häufig zwei gegensätzliche Ausgangslagen: Der eine Verkäufer präsentiert vor allem die eigene unternehmerische Lebensleistung – Gründungsgeschichte, persönlicher Einsatz, überstandene Krisen. Der andere legt dar, warum das Unternehmen auch ohne ihn erfolgreich weiterlaufen wird – mit dokumentierten Prozessen, einem eingespielten Team und klar geregelten Verantwortlichkeiten. Auch wenn beide Unternehmen wirtschaftlich vergleichbar dastehen, erzielt in aller Regel der zweite Verkäufer den deutlich höheren Preis, weil er dem Käufer genau die Sicherheit gibt, die dieser sucht.

Nicht jeder Käufer denkt gleich

Auch innerhalb der Käuferwelt gibt es deutliche Unterschiede. Strategische Käufer bewerten ein Unternehmen oft auch danach, wie gut es zum eigenen Portfolio, den eigenen Standorten oder Produkten passt – Synergien spielen hier eine zentrale Rolle. Finanzinvestoren rechnen dagegen stärker in reinen Rendite- und Ausstiegsszenarien. Management-Buy-out-Kandidaten wiederum kennen das Unternehmen bereits von innen und bewerten es dadurch mit einer ganz eigenen Mischung aus Nähe und Nüchternheit. Wer diese unterschiedlichen Logiken kennt, kann seine Ansprache und Argumentation gezielt auf den jeweiligen Käufertyp zuschneiden.

Die Sprache der Käufer sprechen

Investoren denken in Kennzahlen wie EBITDA, Multiplikatoren und Cashflow-Prognosen. Wer sein Unternehmen in genau dieser Sprache präsentiert – statt ausschließlich in der eigenen unternehmerischen Erzählung –, wird von Käufern deutlich schneller ernst genommen. Ein professionell aufbereitetes Unternehmensexposé, das diese Kennzahlen klar und nachvollziehbar darstellt, ersetzt zwar nicht das persönliche Gespräch, schafft aber die notwendige Vertrauensbasis, damit dieses Gespräch überhaupt auf Augenhöhe stattfinden kann.

Fazit

Ein Unternehmen verkauft sich besser, wenn der Verkäufer versteht, wie der Käufer denkt. Wer die eigene Perspektive um die des Investors erweitert, verhandelt nicht nur überzeugender, sondern erzielt in der Regel auch ein deutlich besseres Ergebnis.

MEIN PRAXIS-TIPP

Setzen Sie sich vor dem Gang an den Markt einmal bewusst auf die andere Seite des Tisches: Was würden Sie an Ihrem eigenen Unternehmen als Käufer kritisch hinterfragen? Wer diese Fragen selbst beantwortet, bevor der Investor sie stellt, verhandelt aus einer deutlich stärkeren Position.

Herzlichst, Ihr Wolfgang Bürger

BEGRIFFE IM NACHFOLGE abc

Investment Case · Synergien · EBITDA · Owner Dependency · Strategischer Käufer · Private Equity

Erklärt auf nachfolgetalk.de/nachfolgeabc

EINORDNUNG

NachfolgeCheck 7.5 · Externer Verkauf

Unternehmenswert & externe Sicht

Wolfgang A. Bürger
Nachfolgeberater · Gastgeber des NachfolgeTalk
buerger@kern-unternehmensnachfolge.com · www.nachfolgetalk.de

Stand: November 2026. Dieser Beitrag gibt einen allgemeinen Überblick und ersetzt keine individuelle Rechts- oder Steuerberatung. Weitergabe in unveränderter Form ausdrücklich erwünscht.