Exposé – Das Unternehmen positiv darstellen

Wolfgang A. Bürger März 2024 Lesezeit ca. 6 Min. Beitrag 9.1-01



„Wozu benötige ich überhaupt ein Unternehmensexposé?“

Ein aussagekräftiges Unternehmensexposé, oft auch Verkaufsexposé, Verkaufsprospekt oder Informationsmemorandum genannt, ist das zentrale Instrument ihres Firmenverkaufs. Es bildet die Grundlage für den berühmten ersten Eindruck und ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens für mögliche Käufer. Aber was bedeutet in dem Zusammenhang „aussagekräftig“, welche Inhalte gehören in ein Verkaufsexposé und welche in dem oft im selben Atemzug genannten Teaser? Doch der Reihe nach.

Die zeitliche Verortung

Einen guten Einstieg in die Materie bietet die zeitliche Verortung der Exposé-Erstellung: Erinnern Sie sich noch an unseren 1. Beitrag? Innerhalb unseres KERN-Nachfolgefahrplans gehört sie zur Phase 1 des Unternehmensverkaufs, in die allgemeine Vorbereitung. Diese nutzen Sie als Verkäufer, um sich ein klares Bild davon machen, was genau verkauft werden soll, und denken den gesamten Prozess des Firmenverkaufes schon mal vor. Sie tragen entsprechende Unterlagen zusammen, sortieren und strukturieren diese „empfängergerecht“ und bereiten sie auf. Zu den Unterlagen zählen neben einer aussagefähigen Unternehmensbewertung, ein Teaser - und eben das Unternehmensexposé.

Arten von Exposés

Bei der Erstellung des Unternehmensexposés stellt sich dann die Frage wie im Verkaufsprozess weiter verfahren werden soll, denn es gibt zwei verschiedene Arten von Firmenexposés:

- Das klassische Exposé nennt nach Unterzeichnung einer Vertraulichkeitserklärung den Namen der Firma. Der Empfänger des Exposés kennt somit die Identität des Unternehmens und kann sich über z. B. den Bundesanzeiger, die Website oder andere Quellen zusätzliche Informationen zur angebotenen Firma einholen. Die Mehrheit der zur Nachfolge angebotenen Firmen wird auf Basis eines klassischen Exposés verkauft.
- Das neutrale Exposé ist eine anonyme Verkaufsunterlage, die häufig in Bieterverfahren oder in Branchen mit sehr wenigen Marktteilnehmern Anwendung findet. Hierbei kennt der Kaufinteressent im ersten Schritt den Namen des Veräußerers nicht. Um diesen zu erfahren, gibt der Kaufinteressent meist ein indikatives Angebot ab und stellt damit seine Ernsthaftigkeit unter Beweis. Liegt der im Angebot genannte Kaufpreis im Rahmen der Preisvorstellungen des Veräußerers, wird auch der Unternehmensname genannt und in die Verhandlungen eingestiegen. Somit hat das neutrale Exposé eine Schutzfunktion in der frühen Phase des Verkaufsprozesses.

Aufbau und Inhalte von Unternehmensexposés

Grundsätzlich lässt sich ein Exposé in einen Informations- und einen Zahlenteil aufteilen:

- Der Informationsteil fasst das Geschäftsmodell zusammen, informiert über die Entstehung des Unternehmens sowie die Entwicklung bis zum heutigen Tage, die Mitarbeiter- und Organisationsstruktur sowie den oder die Standort(e) des Unternehmens. Er gibt einen detaillierten Überblick über die Produkte und Dienstleistungen sowie über Kunden- und Lieferantenbeziehungen. Ein Zukunftsausblick sowie ein Einblick in den Ablauf und die Struktur der geplanten Transaktion runden den Informationsteil ab.
- Der Zahlenteil gibt einen wesentlichen Überblick über die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens in der Vergangenheit und ergänzt dies in vielen Fällen um die zukünftige Planung. Grundlage hierfür sind zumeist die drei vergangenen bzw. die folgenden Geschäftsjahre. Zur Darstellung möglicher Sondereffekte wie zum Beispiel Umsatzeinbrüche durch die Covid-Pandemie oder auch Besonderheiten im Geschäftsmodell werden manchmal auch die vergangenen fünf Jahre in den Zahlenteil integriert. Es werden gern auch besondere Branchenkennzahlen dargestellt. Hierbei ist es außerordentlich wichtig, mit bereinigten Vergangenheitszahlen zu arbeiten bzw. eine konservativ-realistische Zukunftsplanung vorzunehmen. Grundlage für den Zahlenteil ist meist die vorher erarbeitete Unternehmensbewertung. In vielen Unternehmensexposés findet sich oft nur das reine Zahlenwerk der Bewertung. Gelegentlich ist auch die komplette Unternehmensbewertung Teil der Verkaufsunterlage.

Welche Kennzahlen gehören ins Exposé?

In unserer Praxis haben wir schon die unterschiedlichsten Exposés gesehen. Mit und ohne Umsatz- oder Ergebniszahlen. Mit sehr detaillierten Controlling- und Branchenkennziffern oder auch gänzlich ohne Zahlenwerk. Aus unserer KERN-Sicht gehört ein aussagekräftiger Zahlenteil in jede Verkaufsunterlage: In wenigen übersichtlichen Tabellen wird die Gewinn- und Verlustrechnung und die Bilanz der vergangenen drei Jahre komprimiert dargestellt. Eine konservative Zukunftsplanung ergänzt diesen Teil.

Klar, jeder Interessent hat möglicherweise andere Erwartungen an den Zahlenteil. Manche mögen es extrem detailliert, andere wiederum sind nur an ganz wenigen ausgewählten Kennzahlen interessiert. In der Praxis hat sich für den Zahlenteil die Übernahme der im Handelsgesetzbuch vorgeschriebenen Bilanz- bzw. GuV-Struktur nach dem Umsatz bzw. Gesamtkostenverfahren im Exposé bewährt. In Österreich sollten Sie sich an den Regelungen des Unternehmensgesetzbuches orientieren.

- Und was ist nun ein Teaser?

Der Teaser ist quasi eine Art anonymes „Executive Summary“ des Unternehmensexposès und entsteht immer zeitgleich mit diesem. Er ist ein ein- bis zweiseitiges Verkaufsangebot, dass das Geschäftsmodell, die Alleinstellungsmerkmale, die Umsatz- und Ertragslage und andere wichtige Eigenschaften Ihres Unternehmens zusammenfasst und das Interesse der angesprochenen Kaufinteressenten wecken soll.

Der Vorteil eines Teasers besteht darin, dass dieser einer Vielzahl an möglichen Übernahmeinteressenten übermittelt werden kann. Dadurch erhöht sich für einen Verkäufer der Kreis an Alternativen und somit bessere Verhandlungspositionen.

Welche Inhalte gehören in einen Teaser?

- Ein gut gemachter Teaser erfüllt gleich mehrere Funktionen:
- Bei Direktansprachen weckt es das Interesse von Investoren, sich näher mit dem Projekt zu beschäftigen.
- Der Teaser gibt wesentliche Projektinformationen für Multiplikatoren wie z. B. Banken, Verbände, Anwälte oder Steuerberater, damit diese mögliche Interessenten zielgerichtet ansprechen können.
- Der Teaser bereitet die Veröffentlichung des Verkaufsangebots in Unternehmensbörsen vor.
- Daraus ergibt sich, welche Informationen einen guten Teaser mit einfließen sollten:
- Grundinformationen zur Rechtsform und zum Firmensitz.
- Kurze Beschreibung des Geschäftsmodells, des Angebotsportfolios und der Kundenstruktur.
- Wesentliche Angaben zu Umsatz und Ertrag, ggf. ergänzt um einen Zukunfts-ausblick.
- Wesentliche Zusatzinformationen z. B. zu Besonderheiten des Geschäfts oder im Projekt enthaltenen Immobilien, Anlagen oder Maschinen.

Stellt sich nun noch die Frage nach der richtigen Form – Unternehmensexposé gedruckt oder digital?

Vor einigen Jahren waren gedruckte Exposés noch das Mittel der Wahl für den Verkauf eines Familienunternehmens. Mittlerweile hat sich der Austausch von digitalen Unternehmensexposés durchgesetzt. Eine häufig gestellte Frage ist hier das Thema Vertraulichkeit, da ein digitales Exposé sehr einfach per E-Mail weiterverteilt werden kann. Über digitale Wasserzeichen lassen sich hier jedoch auch Sicherungsmechanismen einbauen, welche die Vertraulichkeit der übergebenen Daten in der digitalen Welt sicherstellen.

> „Der Köder soll dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.“

Ganz haben wir uns allerdings noch nicht von der Buchform gelöst. Bei fast jedem Verkaufsprojekt drucken wir einige wenige Exemplare des Verkaufsexposés. Dieses ist sowohl für den Übergeber gedacht, dessen Lebenswerk wir in Buchform wertschätzen, als auch für den Nachfolger, da es sich besonders in Finanzierungsgesprächen bewährt hat: Unsere inhaltlich hochwertigen und gedruckten Exposés haben schon so manches Bankgespräch positiv unterstützt.

Last but not least: Der Datenschutz

In der DSGVO gibt es keine speziellen Regelungen für den Verkauf von Unternehmen. In ein Exposé gehören auf gar keinen Fall personenbezogene Daten Ihrer Mitarbeiter, Kunden oder Lieferanten. Hier raten wir immer zur Anonymisierung sowie zur Verdichtung und Clusterung der bereitgestellten

Informationen. Dies erfüllt auch einen nicht zu unterschätzenden Sicherheitsaspekt: Denn mit der Offenlegung nichtanonymisierter Daten verstoßen Sie im Zweifel nicht nur gegen den Datenschutz, sondern veröffentlichen gegebenenfalls auch ohne Not wesentliche Informationen über Ihr Unternehmen.

MEIN PRAXIS-TIPP

Das Unternehmensexposé ist DIE Verkaufsunterlage, auf deren Basis ein Kaufinteressent entscheidet, ob er weiterführende Gespräche mit dem zum Verkauf stehenden Unternehmen aufnimmt. Aus diesem Grund sollten Sie als Verkäufer der Erstellung des Exposés besondere Aufmerksamkeit widmen. Sparen Sie nicht am falschen Ende und beauftragen Sie mit der Erstellung einen transaktionserfahrenen M&A-Berater. Dieser sollte auch unbedingt vor dem später anstehenden Exposé-Austausch einen NDA (Non-Disclosure Agreement) zwischen allen beteiligten Parteien anfertigen um sie zu einem streng vertraulichen Umgang mit allen Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen, Informationen, Verhandlungen und Unterlagen im Sinne eines sicheren Verkaufsprozesses zu verpflichten.

Herzlichst, Ihr Wolfgang Bürger

BEGRIFFE IM NACHFOLGE abc

Teaser · Information Memorandum · Geheimhaltungsvereinbarung · Longlist / Shortlist · Indikatives Angebot

Erklärt auf nachfolgetalk.de/nachfolgeabc

EINORDNUNG

NachfolgeCheck 9.1 · Externer Verkauf

Käufersuche, Ansprache & Unterlagen

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

Stand: März 2024. Dieser Beitrag gibt einen allgemeinen Überblick und ersetzt keine individuelle Rechts- oder Steuerberatung. Weitergabe in unveränderter Form ausdrücklich erwünscht.