

Warum gute Unternehmen oft unter Wert verkauft werden

Ein gesundes, profitables Unternehmen ist keine Garantie für einen guten Verkaufspreis. In unserer Beratungspraxis begegnen uns immer wieder Fälle, in denen ein eigentlich starkes Unternehmen deutlich unter seinem eigentlichen Wert den Eigentümer wechselt – aus Gründen, die sich meist im Vorfeld hätten vermeiden lassen.

Wolfgang A. Bürger Februar 2027 Lesezeit ca. 3 Min. Beitrag 7.5-05



Die häufigsten Gründe für einen Wertverlust

- **Fehlende Vorbereitung:** Der Verkauf wird erst begonnen, wenn der Ausstieg bereits dringend wird
- **Unbereinigte Bilanzen:** Private Sondereffekte verzerren das tatsächliche Ertragsbild
- **Hohe Inhaberabhängigkeit:** Entscheidungen, Kundenkontakte und Wissen hängen an einer Person
- **Zeitdruck:** Ein einzelner, oft gesundheitlich oder familiär bedingter Anlass zwingt zu schnellem Handeln
- **Nur ein Kaufinteressent:** Ohne Vergleichsangebote fehlt die Verhandlungsbasis
- **Fehlende professionelle Begleitung:** Wichtige Werttreiber werden im Verkaufsprozess nicht sichtbar gemacht

Der Preis fehlender Vorbereitung

Viele dieser Faktoren wirken einzeln schon spürbar auf den Kaufpreis – gemeinsam verstärken sie sich. Ein Unternehmen, das erst unter Zeitdruck, mit unbereinigten Zahlen und ohne Alternativangebot verkauft wird, erzielt in der Praxis regelmäßig einen spürbar niedrigeren Preis als ein vergleichbares Unternehmen mit strukturierter Vorbereitung.

> „Der Wert eines Unternehmens entsteht Jahre vor dem Verkauf – nicht während der Verhandlung."

Wie sich der volle Wert realisieren lässt

Wer zwei bis drei Jahre vor dem geplanten Verkauf beginnt, Bilanzen zu bereinigen, Abhängigkeiten zu reduzieren und mehrere Kaufinteressenten strukturiert anzusprechen, verschiebt die Verhandlungsposition deutlich zu seinen Gunsten. Ein erfahrener Berater hilft dabei, Werttreiber sichtbar zu machen, die im Tagesgeschäft oft selbstverständlich und daher unsichtbar geworden sind.

Ein Beispiel aus der Praxis

Ein Handwerksbetrieb mit langjähriger Erfolgsgeschichte ging mit einem ersten, informellen Angebot eines Wettbewerbers in Verhandlung – ohne strukturierten Prozess, ohne Vergleichsangebot, unter Zeitdruck aufgrund einer gesundheitlichen Diagnose des Inhabers. Erst ein kurzfristig eingeschalteter Berater konnte zeigen, dass der Betrieb bei geordneter Vorbereitung und Ansprache mehrerer Interessenten einen deutlich höheren Preis erzielen würde. Am Ende lag das finale Angebot spürbar über dem ursprünglichen – allein durch mehr Zeit, saubere Zahlen und echten Wettbewerb um das Unternehmen.

Emotionale statt strategische Entscheidungen

Nicht selten wird ein Verkauf durch eine einzelne, oft zufällige Anfrage ausgelöst – ein Wettbewerber meldet sich, ein Bekannter erwähnt Interesse, und der Prozess beginnt, ohne dass zuvor eine strukturierte Marktansprache stattgefunden hat. Aus dem verständlichen Wunsch nach schneller Klarheit wird dieses erste Angebot dann oft vorschnell angenommen. Ein strukturierter Prozess mit mehreren, parallel geführten Gesprächen erzeugt dagegen echten Wettbewerb um das Unternehmen – und damit in aller Regel ein spürbar besseres Ergebnis.

Der stille Wertverlust durch Zeitdruck

Zeitdruck ist einer der teuersten Faktoren im gesamten Verkaufsprozess. Wer unter Druck verkaufen muss – aus gesundheitlichen, familiären oder wirtschaftlichen Gründen –, verliert automatisch Verhandlungsmacht: Der Käufer erkennt die Drucksituation und kalkuliert entsprechend vorsichtiger. Genau deshalb lohnt es sich, den eigenen Ausstiegszeitpunkt so früh wie möglich zu planen – lange bevor ein akuter Anlass die Entscheidung erzwingt.

Fazit

Ein gutes Unternehmen verdient einen guten Preis – dieser stellt sich jedoch nicht automatisch ein. Er ist das Ergebnis rechtzeitiger, sorgfältiger Vorbereitung.

MEIN PRAXIS-TIPP

Lassen Sie Ihre Bilanzen und die Inhaberabhängigkeit Ihres Unternehmens frühzeitig – idealerweise mehrere Jahre vor einem geplanten Verkauf – von außen bewerten. Was Sie heute korrigieren, zahlt sich beim Verkauf unmittelbar aus.

Herzlichst, Ihr Wolfgang Bürger

BEGRIFFE IM NACHFOLGEabc

Unternehmensbewertung · Owner Dependency · Normalisierung · Kundenabhängigkeit · Wertlücke

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: Februar 2027. Dieser Beitrag gibt einen allgemeinen Überblick und ersetzt keine individuelle Rechts- oder Steuerberatung. Weitergabe in unveränderter Form ausdrücklich erwünscht.