

Maexit Marktfähigkeits-Report

Inhalt:

1. Einführung
2. Grundlagen Unternehmensbewertung
3. Finanzinvestor vs. strategischer Investor
4. Strukturen und Prozesse
5. Cashflow Effizienz
6. Umsatzsicherheit
7. Unabhängigkeit
8. Wachstumspotenzial
9. Tech-Innovationsfähigkeit
10. Austauschbarkeit
11. Immaterielle Mehrwerte
12. Next Steps

1. Wie dieser Bericht zu benutzen ist

Ihr Maexit Score wird durch eine Analyse von acht strategischen Bereichen Ihrer Geschäftsleistung berechnet, die als wichtig gelten, wenn ein Betrieb als potentiell Akquisitionsziel angesehen wird und Unternehmen oder Investoren es übernehmen wollen. Diese Bereiche werden Key Value Driver genannt, weil sie als Schlüsselfaktoren der strategischen Unternehmensbewertung betrachtet werden.

Ihr Maexit Score wird von der Summe dieser acht Punkte abgeleitet, die unser eigenes Bewertungsmodell ausführt. Es wurde durch eine intensive Analyse und Recherche unter Geschäftsinhabern, Beratern und Investoren erstellt.

Zusammen mit Ihrer Punktzahl erhalten Sie eine Indikation für alle acht strategischen Bereiche, die Ihren Maexit Score vorantreiben. Außerdem werden Sie einen Einblick in die durchschnittliche Punktzahl jedes Bereiches erhalten, die andere Unternehmen in Ihrer Industrie haben. Um Ihren Maexit Score zu verbessern, sollten Sie bei den Bereichen anfangen, die am schlechtesten abgeschnitten haben. Am Ende jedes Abschnitts finden Sie eine Reihe an Fragen, die Sie mit Ihrem Berater überdenken sollten.

Die Information, die Sie erhalten, zielt darauf ab, Sie bei der Steigerung des Wertes Ihres Unternehmens anzuleiten.

Bitte gehen Sie zur nächsten Seite, um Ihre Gesamtpunktzahl anzusehen.

Gesamtpunktzahl

Nachfolgend eine Erklärung der möglichen Punkte

Auswertung: 80-100 Punkte

Eine Punktzahl von mehr als 80 bedeutet, dass Ihr Unternehmen weitaus wertvoller ist als der durchschnittliche Betrieb, den wir analysiert haben. Dennoch gibt es immer noch viele Möglichkeiten, Ihren Wert so nah wie möglich an die 100 zu bringen.

Auswertung: 50-80 Punkte

Eine Punktzahl zwischen 50-80 bedeutet, dass Sie viele Möglichkeiten haben, den Wert Ihrer Firma erheblich zu steigern. Nach unserer Analyse von tausenden von Betrieben wie Ihnen können Sie den strategischen Wert Ihres Unternehmens bis zu 300% verbessern, indem Sie Ihre Punktzahl auf 80 oder höher steigern.

Auswertung: Weniger als 50 Punkte

Eine Punktzahl von weniger als 50 bedeutet, dass Sie viele Möglichkeiten haben, den Wert Ihrer Firma erheblich zu steigern. Nach unserer Analyse von tausenden von Betrieben wie Ihnen können Sie den Wert Ihres Unternehmens bis auf das Dreifache verbessern, indem Sie Ihre Punktzahl auf 80 oder höher steigern.

2. Grundlagen finanzbasierter Unternehmensbewertung

Ein finanzieller Käufer oder Investor sieht den Unternehmenskauf so, dass er heute für zukünftige Gewinne bezahlt. Deswegen werden Unternehmen normalerweise gekauft und verkauft, indem ein Gewinnmultiplikator (Multiple) benutzt wird. Wenn Sie sich allerdings auf Ihren Multiplikator konzentrieren, kann man das in etwa damit vergleichen, wenn sich eine Person mit hohem Blutdruck auf ihren Blutdruckbericht konzentriert. Um die Zahl wirklich verstehen zu können und diese nach oben und unten zu bewegen, müssen Sie die Berechnung verstehen.

Die Zahlen, die zu Ihrem Multiplikator führen

Die Käufer, die ein Unternehmen erwerben, führen üblicherweise einige Kalkulationen durch, um festzulegen, wie viel sie heute für die Rechte an den zukünftigen Unternehmensgewinnen bezahlen möchten. Wir haben alle schon ähnliche Kalkulationen durchgeführt. Sie haben sich beispielsweise in der Vergangenheit dazu entschieden, 1.000 € in eine Anleihe zu investieren, die 5 Prozent Zinsen pro Jahr anbietet. Das bedeutet, dass Sie sich dazu entschieden haben, 1.000 € für etwas auszugeben, das in einem Jahr einen Wert von 1.050 € haben würde.

Um zu sehen, wie diese Rechnung Ihren Unternehmenswert beeinflusst, stellen Sie sich vor, dass Sie ein Unternehmen haben, von dem Sie erwarten, dass es im nächsten Jahr einen Gewinn vor Steuern in Höhe von 1.000.000 € erwirtschaften wird. Käufer, die nach einer jährlichen Rendite für ihr Geld in

Höhe von 15 Prozent streben, würden heute 869.570 € ($1.000.000 \text{ €} \div 1,15$) für 1.000.000 € in einem Jahr ab dem jetzigen Zeitpunkt zahlen.

Wenn finanzielle Käufer ein Unternehmen bewerten, bewerten diese normalerweise nicht nur den Gewinn des nächsten Jahres sondern alle erwarteten Gewinne in absehbarer Zeit. Für jedes Jahr in der Zukunft, in denen die Käufer auf Ihre Gewinne warten müssen, ziehen Sie von dem vorhergesagten zukünftigen Gewinn die Rendite, die sie erwarten, ab.

Wenn Sie zum Beispiel vorhersagen, dass Ihr Unternehmen für die nächsten 10 Jahre jährlich einen Gewinn in Höhe von 1.000.000 € erwirtschaften wird, würden finanzielle Käufer von den 1.000.000 € für jedes Jahr, das sie auf ihr Geld warten müssen, 15 Prozent abziehen:

Ende des Jahres	Gewinn vor Steuern	15% Discount
1	€ 1.000.000	€ 869.570
2	€ 1.000.000	€ 756.140
3	€ 1.000.000	€ 657.520
4	€ 1.000.000	€ 571.750
5	€ 1.000.000	€ 497.180
6	€ 1.000.000	€ 432.330
7	€ 1.000.000	€ 375.940
8	€ 1.000.000	€ 326.900
9	€ 1.000.000	€ 284.260
10	€ 1.000.000	€ 247.190
Aktueller Marktwert		€ 5.018.780

Deswegen würde ein Investor), der nach einer Rendite in Höhe von 15 Prozent strebt, 5.018.780 € (im MBA Sprachgebrauch nennt man es „Aktueller Marktwert“) für ein Unternehmen zahlen, von dem er erwartet, dass es in den nächsten 10 Jahren jährlich 1.000.000 € erwirtschaftet.

Das Verhältnis zwischen Risiko und Gewinn beeinflusst Ihren „Maexit Score“

Der Preis, für den ein Investor bereit ist, einen Vermögenswert zu kaufen, hängt damit zusammen, wie riskant er den zukünftigen Gewinnzufluss einschätzt: Je riskanter die Investition, desto höher die Rendite, die ein Investor verlangt. Heutzutage können Investoren ihr Geld in ziemlich sichere Anleihen investieren und erhalten ein paar Prozentpunkte Rendite. Oder sie können ein ausgeglichenes Portfolio mit Aktien großer Unternehmen kaufen und somit vielleicht mit der Zeit sieben oder acht Prozent Rendite erwarten.

Wenn Investoren allerdings ein ziemlich riskantes Unternehmen anstatt ein ausgeglichenes Portfolio kaufen, können sie eine viel höhere Rendite für ihr Geld erwarten. Stellen Sie sich zu Illustrationszwecken vor, dass ein Investor für den Kauf Ihres Unternehmens nach einer Rendite in Höhe von 50 Prozent strebt, da er Ihren zukünftigen Gewinnzufluss als sehr riskant erachtet. Dies liegt daran, dass Ihre Erträge in den letzten drei Jahren unbeständig waren. Die folgende Tabelle zeigt, was für einen Einfluss ein Zinssatz von 50 Prozent auf das Unternehmen hat, für welches ein jährlicher Gewinn in Höhe von 1.000.000 € vorhergesagt wird:

Ende des Jahres	Gewinn vor Steuern	50% Discount
-----------------	--------------------	--------------

1	€ 1.000.000	€ 666.670
2	€ 1.000.000	€ 444.440
3	€ 1.000.000	€ 296.300
4	€ 1.000.000	€ 197.530
5	€ 1.000.000	€ 131.690
6	€ 1.000.000	€ 87.790
7	€ 1.000.000	€ 58.530
8	€ 1.000.000	€ 39.020
9	€ 1.000.000	€ 26.010
10	€ 1.000.000	€ 17.340
Aktueller Marktwert		€ 1.965.320

Das gleiche Unternehmen, für welches vorhergesagt wird, dass es in den nächsten 10 Jahren 1.000.000 € erwirtschaftet, ist aufgrund des wahrgenommenen Risikos weniger als die Hälfte wert, wenn der Investor eine Rendite in Höhe von 50 Prozent anstatt 15 Prozent fordert.

Das Verhältnis zwischen Größe und Risiko

Mergers und Acquisitions Experten verweisen auf einen „Diskont für kleine Unternehmen“, der aufgrund der Annahme, dass sehr kleine Unternehmen risikoreicher als größere Unternehmen sind, häufig angewandt wird. Es herrscht ein allgemeines Verständnis darüber, dass größere Unternehmen bedeutendere und stabilere Organisationen sind, weil sie einen Weg gefunden haben, jenseits der Bemühungen der/des Eigentümer(s) selbstständig zu wachsen und sind deswegen weniger abhängig von dem/des Eigentümer(s). Aufgrund dieser Annahme beeinflusst die Größe Ihres Unternehmens Ihren „Maexit Score“.

3. Der Finanzinvestor versus strategischer Investor

Wie gerade aufgezeigt, kaufen Finanzinvestoren den zukünftigen Gewinnstrom Ihres Unternehmens, also bewerten sie Ihr Unternehmen nach der Ertragskraft und der Wahrscheinlichkeit, dass diese Erträge in der Zukunft weiterwachsen. Da das Kaufen Ihrer Firma höchstwahrscheinlich risikobehafteter ist als das Geld in Staatsanleihen zu investieren, wird ein Finanzinvestor höhere Rendite auf seine Investition fordern und wird deswegen ein Angebot machen, das im normalen Bereich des Vielfachen eines Unternehmens wie Ihres bezahlt wird (sprechen Sie mit Ihrem Berater, um herauszufinden, für was vielfältige Unternehmen wie Ihres verkaufen).

Im Gegenteil dazu entwickelt ein strategischer Käufer / Investor ein Angebot, indem er den Wert Ihres Unternehmens in den Händen des Käufers einschätzt. Die Rechnungen, die ein strategischer Käufer macht, beginnen damit, dass er sich vorstellt, was passieren würde, wenn Ihr Unternehmen auf seiner Plattform integriert wäre. Unternehmen führen strategische Akquisitionen aus verschiedenen Gründen durch, doch dies sind die drei hauptsächlichen:

Attraktive Erweiterung bestehende Produkte

Ein Unternehmen führt möglicherweise eine strategische Akquisition durch, um neues Leben in eine veraltete Cash Cow zu bringen. Einer der möglichen Gründe, warum Microsoft das verlustmachende Skype für 8,5 Milliarden Dollar gekauft hat, war, die beliebte Anrufplattform in die neueste Version

des Windows Betriebssystems einzubetten und somit sein Argument gegenüber Unternehmen zu stärken, sein neues Angebot zu nutzen.

Der Nettomarktanteil geht davon aus, dass neun von zehn Computern in der Welt mit einem Microsoft Windows Betriebssystem laufen, also mehr als eine Milliarde Maschinen. Das Problem für Microsoft seit Herbst 2014 ist, dass nur einer von zehn der Benutzer Windows 8 aktualisieren; mehr als die Hälfte benutzen nach wie vor Windows 7 und knapp unter 25% laufen noch auf XP. Eine clevere Skype-Integration könnte die nächste Version von Windows zu einem überzeugenden Upgrade machen, was wiederum den Preis von Skype wettmacht, den Microsoft bezahlt hat.

Microsofts Akquisition von Skype zeigt sehr deutlich, was es für einen Unterschied zwischen finanzieller und strategischer Akquisition gibt. Da Skype Geldverluste machte, war es aus der Sicht traditioneller, finanzieller Modelle wertlos, während es auf strategischer Ebene Milliarden wert ist.

Ein neues, fertiges Produkt in der Tasche haben

Ein Unternehmen mit einem großen, wenig ausgelasteten Verkaufspersonal könnte Ihr Unternehmen kaufen, damit seine Verkäufer ein weiteres Produkt aus ihrer Tasche ziehen können. AOL hat zum Beispiel die Huffington Post in großen Teilen akquiriert, damit die Verkäufer das Werbeinventar verkaufen konnten. AOL hat hier nicht den zukünftigen Gewinn der Publikation gekauft (sie machte ihre ersten mageren Gewinne erst 2010), sondern es hat die Werbeinventur gekauft, die AOL zu einem Zahlungsmittel machen konnte, da es Verkaufspersonal hatte, das mehr Premium-Inventar zum Verkauf benötigte.

Marktzugang

Ein weiterer Grund, weshalb Firmen strategische Akquisitionen vornehmen, ist um Zugang zu Vertriebskanälen zu erhalten. Zugangsakquisitionen passieren oftmals, wenn ein Unternehmen einen neuen geografischen Markt betreten möchte, der mit größeren kulturellen oder Sprachbarrieren und entsprechend hohen Kosten bei der Kundenakquise einhergeht.

Der Unterschied zwischen einer finanziellen und strategischen Akquisition ist vergleichbar mit dem Unterschied zwischen dem Kauf eines neuen Autos und der Investition in ein Kunstwerk. Wenn Sie ein Auto kaufen, dann gehen Sie ähnlich wie bei einer finanziellen Akquisition an die Sache heran, indem Sie eine Idee davon haben, wie viel es wert ist. Sie haben online recherchiert und haben sich umgesehen, um herauszufinden, was andere Händler für dieses Auto verlangen. Dadurch sind Sie bei der Verhandlung mit genug Daten bewaffnet, um das Auto am Ende für plus oder minus 5 Prozent von dem, was jeder bezahlt, zu kaufen.

Wenn Sie allerdings ein Kunstwerk bei einer Auktion kaufen, dann gibt es keinen vorher vereinbarten Preis für das, was Sie kaufen wollen. Der Preis kommt darauf an, was die Leute im Publikum dafür ausgeben würden. Bei einer Auktion liegt die Schönheit im Auge des Betrachters und jeder Teilnehmer entscheidet, wie viel ein Kunstwerk für ihn oder sie wert ist. Genauso setzt auch ein strategischer Käufer den Wert auf Ihr Unternehmen.

Zusammenfassend kann man sagen, dass, je höher Ihr Maexit Score ist, desto mehr Optionen – interne Nachfolger / Käufer, Finanzinvestoren oder strategische Käufer - haben Sie zu Ihrer Verfügung und desto höher wird auch der Preis sein, den Sie erhalten, wenn Sie zum Verkauf bereit sind.

4. Strukturen und Prozesse

Ziel: Plug and Play für den Investor der Strukturen und Prozesse in die des Investors

- Effizienzsteigerung und Kostenreduktion
- Transparenz und Dokumentation der Prozesse ist Basis für Automatisierung und Skalierung
- Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Bitte die 3 nachfolgenden Alternativen aktiv anhand des individuellen Scores einblenden:

Ergebnis > Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 liegt schon über dem Branchendurchschnitt. Auf diesem Vorteil sollten Sie aufbauen und prüfen, ob Sie die Attraktivität für den Investor mit gezielten Maßnahmen noch steigern können, um einen Kauf Ihres Unternehmens für den Investor alternativlos zu machen.

Ergebnis ~ Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 möglichen Punkten zeigt, dass Sie in diesem Geschäftsbereich zufriedenstellende Leistungen vorzeigen. Allerdings kann es noch Raum für Verbesserungen geben, damit Sie Ihren Unternehmenswert steigern.

Ergebnis < Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Weiterer wichtiger Punkt ist eine absolut professionelle Buchhaltung. Regelmäßige Prüfung durch Wirtschaftsprüfer wirkt sehr positiv auf Investoren und erleichtert später die Due Dilligence Phase.

Wissens- und Personalmanagement sind wichtig für nachhaltigen Erfolg, v.a. für den zukünftigen Unternehmensinhaber

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Wie können Sie Ihre Buchhaltungsprozesse für das Bestehen einer externen Prüfung noch verbessern?
- Wie können Sie das Wissen über Ihre Kunden und Ihre wichtigsten Kernprozesse präziser dokumentieren und offen für Ihre Mitarbeiter verfügbar machen?
- Wie gewinnen, fördern und binden Sie die Top Experten Ihrer Branche für Ihr Unternehmen?

5. Cashflow Effizienz

Die Cashflow Effizienz stellt den Einfluss dar, den Ihr Cashflow, Ihr Bruttoergebnis und Ihre Ertragsfähigkeit auf Ihren Unternehmenswert haben. Stellen Sie sich eine Wippe auf einem Spielplatz vor, die sich nur in zwei Richtungen bewegen kann: wenn das eine Ende nach unten geht, muss das andere hochgehen. Das Gleiche gilt für Ihren Unternehmenswert im Zusammenhang mit Ihrem Cashflow: Je mehr Geld ein Käufer in Ihr Unternehmen pumpen muss, wenn er dieses übernimmt, je weniger wird der Käufer dafür bezahlen. Das Gegenteil trifft auch zu: Je weniger Geld der Käufer in Ihr Unternehmen einzahlen muss, desto höher der Preis, den er bezahlen wird.

Bitte die 3 nachfolgenden Alternativen aktiv anhand des individuellen Scores einblenden:

Ergebnis > Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 liegt schon über dem Branchendurchschnitt. Auf diesem Vorteil sollten Sie aufbauen und prüfen, ob Sie die Attraktivität für den Investor mit gezielten Maßnahmen noch steigern können, um einen Kauf Ihres Unternehmens für den Investor alternativlos zu machen.

Ergebnis ~ Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 möglichen Punkten zeigt, dass Sie in diesem Geschäftsbereich zufriedenstellende Leistungen vorzeigen. Allerdings kann es noch Raum für Verbesserungen geben, damit Sie Ihren Unternehmenswert steigern.

Ergebnis < Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Ihr Ziel sollte darin bestehen, ein Unternehmen zu schaffen, das mit seinem Wachstum Geld ansammelt. Dies können Sie zum Beispiel erreichen, indem Sie eine positive Geldumschlagsdauer schaffen, indem Sie Kunden dazu bringen, dass sie Sie schneller bezahlen, während Sie die Zeit für die Zahlung Ihrer Ausgaben hinauszögern. Somit maximieren Sie nicht nur Ihre Ertragsfähigkeit, sondern es macht Ihnen mit Geld in der Bank auch noch viel mehr Spaß, Ihr Unternehmen zu führen, bevor Sie es verkaufen.

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Wenn Sie eine Dienstleistung verkaufen, könnten Sie mehr machen, um Ihr Angebot zu einem „Produkt“ umzuwandeln, und es somit einfacher machen, dieses vorher zu berechnen?
- Könnten Sie das Inventar, für welches Sie vor seiner Nutzung im Voraus bezahlen, reduzieren?
- Könnten Sie die Zeit, die Sie brauchen, um Verkäufer zu bezahlen, verlängern?

6. Umsatzsicherheit

Einer der acht Faktoren, die zu Ihrem Unternehmenswert beitragen, ist Ihre Finanzperformance, besonders die Höhe Ihrer Erträge zusammen mit Ihrer vergangenen und erwarteten Ertragsfähigkeit.

Bitte die 3 nachfolgenden Alternativen aktiv anhand des individuellen Scores einblenden:

Ergebnis > Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 liegt schon über dem Branchendurchschnitt. Auf diesem Vorteil sollten Sie aufbauen und prüfen, ob Sie die Attraktivität für den Investor mit gezielten Maßnahmen noch steigern können, um einen Kauf Ihres Unternehmens für den Investor alternativlos zu machen.

Ergebnis ~ Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 möglichen Punkten zeigt, dass Sie in diesem Geschäftsbereich zufriedenstellende Leistungen vorzeigen. Allerdings kann es noch Raum für Verbesserungen geben, damit Sie Ihren Unternehmenswert steigern.

Ergebnis < Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Der Investor wird sich und dann auch Sie fragen: „Wie stellen Sie sicher, daß auch die nächsten Jahre ein entsprechend hoher Umsatz erzielt wird?“

Jeder Unternehmer und Investor ist an finanzieller Rendite interessiert. Ein umsatzschwaches oder schwankendes Unternehmen muss sehr viele weitere Vorteile aufweisen, die für den Käufer überzeugend sein müssen.

Wichtig ist auch aufzuzeigen und eine gewisse Sicherheit zu geben, daß Maßnahmen zur Unternehmenswertsteigerung und Digitalisierung entweder aus Eigenmitteln finanziert werden können oder die Finanzierungsgröße in einem angemessenen Verhältnis zum working capital stehen und ggf. Konjunkturschwankungen die Liquidität des Unternehmens nicht gefährden.

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Wie hoch ist der Anteil von wiederkehrenden Einnahmen an Ihrem Umsatz und wie können Sie mit weiteren, innovativen Vertragsmodellen noch mehr Umsatzsicherheit erzielen?
- Sind die Risiken aus Ihren bestehenden Verträgen bekannt und risikobewertet oder wie können Sie mit professioneller Anleitung versteckte Risiken besser identifizieren und Ihr Unternehmen dagegen absichern?
- Wie können Sie Ihre liquiden Mittel / fixen Ausgaben noch verbessern, um 3-6 Monate den laufenden Betrieb vorfinanzieren zu können?

7. Unabhängigkeit

Die Verkaufsfähigkeit eines Geschäfts erlaubt keine allzu große Abhängigkeit von Kunden, Mitarbeitern oder Lieferanten.

Bitte die 3 nachfolgenden Alternativen aktiv anhand des individuellen Scores einblenden:

Ergebnis > Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 liegt schon über dem Branchendurchschnitt. Auf diesem Vorteil sollten Sie aufbauen und prüfen, ob Sie die Attraktivität für den Investor mit gezielten Maßnahmen noch steigern können, um einen Kauf Ihres Unternehmens für den Investor alternativlos zu machen.

Ergebnis ~ Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 möglichen Punkten zeigt, dass Sie in diesem Geschäftsbereich zufriedenstellende Leistungen vorzeigen. Allerdings kann es noch Raum für Verbesserungen geben, damit Sie Ihren Unternehmenswert steigern.

Ergebnis < Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Die Lieferanten

Falls Ihr Geschäft von einem oder zwei Hauptlieferanten abhängt (Firmen oder unabhängige Fachberater) sind Sie an deren Zusage und Treue gebunden. Falls Sie sich jedoch eine größere Anzahl an Lieferanten beschaffen, hat dies die Unabhängigkeit Ihres Geschäfts zur Folge. Erweitern Sie Ihren Kreis, auch wenn das den Ausschluss spezieller Preisnachlässe zur Folge hat. Letztendlich wird Ihnen die Neutralität Ihres Geschäfts mehr bringen, als ein paar gesparte Euro.

Die Mitarbeiter

Falls Sie allzu sehr von Ihren Mitarbeitern abhängig sind, vergrößern Sie das Risiko, dass jene bei unzureichender Bezahlung weggehen. Um dieser Situation zu vermeiden, beschaffen Sie sich eine Liste an Personen, welche Sie beschäftigen möchten.

Die Kunden

Falls Sie zu abhängig von bestimmten Kunden sind, ist Ihr Geschäft sehr instabil. Bemühen Sie sich Ihr Geschäft so zu steuern, dass Ihr größter Kunde nicht mehr als 15% Ihrer Einnahmen bringt. Dadurch werden Sie nachts besser schlafen und automatisch einen größeren strategischen Unternehmenswert haben, falls Sie Ihr Geschäft verkaufen sollten.

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Stufen Sie Ihre Mitarbeiter nach dem Ersatzschwierigkeitsgrad ein. Was können Sie tun um Ihre Abhängigkeit von jenen zu verringern, welche am schwierigsten ersetzbar sind?
- Bestimmen Sie Ihre notwendigen Rohstoffe. Welche andere Firmen könnten diese Rohstoffe liefern? Wie könnten Sie ein Abkommen über Preisnachlässe von anderen Lieferanten vereinbaren?
- Stufen Sie Ihre Kunden nach prozentualer Umsatzanteile ein. Wie können Sie den Verkauf an kleinere Kunden erhöhen oder neue Kunden anwerben um die prozentuale Verteilung aller Kunden auszugleichen um den Gesamtwert zu erhalten?

8. Wachstumspotenzial

Einer der wichtigsten Faktoren, um Ihr Unternehmen verkaufbar zu machen, ist Ihr Wachstumspotenzial, besonders die Skalierbarkeit und Flexibilität Ihrer Geschäftsmodelle.

Bitte die 3 nachfolgenden Alternativen aktiv anhand des individuellen Scores einblenden:

Ergebnis > Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 liegt schon über dem Branchendurchschnitt. Auf diesem Vorteil sollten Sie aufbauen und prüfen, ob Sie die Attraktivität für den Investor mit gezielten Maßnahmen noch steigern können, um einen Kauf Ihres Unternehmens für den Investor alternativlos zu machen.

Ergebnis ~ Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 möglichen Punkten zeigt, dass Sie in diesem Geschäftsbereich zufriedenstellende Leistungen vorzeigen. Allerdings kann es noch Raum für Verbesserungen geben, damit Sie Ihren Unternehmenswert steigern.

Ergebnis < Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Stellen Sie sich vor, der Investor besitzt genau Ihre Zielgruppe und schickt Ihnen morgen 10.000 Kunden. Können Sie liefern?

Wie schnell können Sie in andere Märkte expandieren, neue Zielgruppen erschließen, etc. Wenn Ihr Unternehmen lokal gebunden ist, müssen Sie intensiv über die Skalierbarkeit Ihres Geschäftsmodells nachdenken.

Zeigen Sie dem Investor, wie Ihr Unternehmen wachsen soll. Wie ist der Wettbewerb und wie ist Ihre aktuelle Markt- und Brandingstrategie, um sich im Wettbewerb zu behaupten und warum sollen die Kunden bei Ihnen kaufen?

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Wie können Sie sich so positionieren, dass Sie ein Nischenprodukt / Service anbieten, dass auf dem Markt so einzigartig ist, so dass Ihre Kunden hart arbeiten müssen, um einen anderen Anbieter zu finden, der anbietet was Sie verkaufen?
- Wie können Sie noch lukrativere, digitale Produkte für Ihre Kundengruppen entwickeln, die sich am geänderten, digitalen Verhalten Ihrer Kunden orientieren?
- Können Sie bei Ihren Kunden noch weitere bzw. komplementäre Produkte aus Ihrem Portfolio oder Joint Venture Partner platzieren?

9. Tech-Innovationsfähigkeit

Das Internet der Dinge oder Web 4.0 bedeutet die Vernetzung und damit tiefgreifende Veränderung von Prozessen. Big Data und künstliche Intelligenz stellen schon heute die Weichen für den Unternehmenserfolg der Zukunft. Längst müssen Marketing und Kommunikation, Vertrieb und Produktion neue Wege gehen, wollen sie am Markt mithalten.

Wie hoch ist Ihre digitale Reife und Innovationsfähigkeit?

Bitte die 3 nachfolgenden Alternativen aktiv anhand des individuellen Scores einblenden:

Ergebnis > Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 liegt schon über dem Branchendurchschnitt. Auf diesem Vorteil sollten Sie aufbauen und prüfen, ob Sie die Attraktivität für den Investor mit gezielten Maßnahmen noch steigern können, um einen Kauf Ihres Unternehmens für den Investor alternativlos zu machen.

Ergebnis ~ Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 möglichen Punkten zeigt, dass Sie in diesem Geschäftsbereich zufriedenstellende Leistungen vorzeigen. Allerdings kann es noch Raum für Verbesserungen geben, damit Sie Ihren Unternehmenswert steigern.

Ergebnis < Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Haben Sie ein gutes Innovations- und Lifecyclemanagement? Wie fördern und pflegen Sie eine aktive Innovationskultur? Innovationen sind der Grundstein für Wachstum und Beständigkeit in der Zukunft. Wie wurde dies in den letzten Jahren in Ihrem Unternehmen und vom Management gelebt? Haben Sie eigene, aktuelle Innovationen auf den Markt gebracht? Beschäftigen Sie eine eigene R&D-Abteilung (zumindest eine Person) oder haben Sie / planen Sie strategische Zukäufe neuer Technologiepartner?

Wenn der Investor erkennen kann, dass in Ihrem Unternehmen kein Innovationsstau vorliegt, ist es ein gutes Indiz, das nicht nur die Technologie, sondern auch das Mindset zukunftsfähig ausgerichtet sind und Innovationen und Veränderungen gemeinsam zum Erfolg getragen werden können.

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Wie können Sie Kosteneffizienz- und Produktivitätssteigerungseffekte der Digitalisierung voll ausschöpfen?
- Daten sind die neuen Firmenwerte. Wie können Sie Daten in Ihrem Unternehmen noch besser erfassen und nutzen für mehr Umsatz und Effektivität?
- Mit jeder industriellen Revolution entstehen neue Branchen. Können Sie durch den Einsatz neuer Technologien völlig neue Geschäftsfelder aufbauen?

10. Austauschbarkeit

Dieser Faktor misst das Ausmaß, in dem Ihr Geschäft ohne Sie erfolgreich sein kann. Nur, wenn Ihr Unternehmen auch ohne Sie gut läuft und in der Lage ist, Wachstum zu generieren, besitzt es Attraktivität für potentielle Ankäufer. Daher ist es wichtig, dass Sie nicht an der Spitze aller Aktivitäten stehen müssen und Ihre Angestellten auch ohne Sie arbeiten können.

Bitte die 3 nachfolgenden Alternativen aktiv anhand des individuellen Scores einblenden:

Ergebnis > Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 liegt schon über dem Branchendurchschnitt. Auf diesem Vorteil sollten Sie aufbauen und prüfen, ob Sie die Attraktivität für den Investor mit gezielten Maßnahmen noch steigern können, um einen Kauf Ihres Unternehmens für den Investor alternativlos zu machen.

Ergebnis ~ Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 möglichen Punkten zeigt, dass Sie in diesem Geschäftsbereich zufriedenstellende Leistungen vorzeigen. Allerdings kann es noch Raum für Verbesserungen geben, damit Sie Ihren Unternehmenswert steigern.

Ergebnis < Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Inhaber erhalten in diesem Bereich häufig einen niedrigen Wert, weil sie ihre Kunden weiterhin persönlich betreuen. Schließlich fühlt es sich gut an, die Probleme anderer Menschen zu lösen. Zufriedene Kunden überschütten Sie mit Lob, Sie bekommen Bestätigung und fühlen sich gebraucht und wissen, dass die Kunden durch Sie stets die beste Behandlung erfahren. Schließlich sind Sie es, der Ihr Geschäft besser kennt als alle anderen. Ihr Wissen zu vermitteln kostet Zeit und Geld.

Wie auch immer, je mehr Ihre Kunden Sie brauchen und nach Ihnen persönlich verlangen, desto schwieriger wird es sein, Ihr Geschäft wachsen zu lassen und langfristig schlägt sich dies in einem geringeren Unternehmenswert nieder.

Die folgenden drei Schritte helfen Ihnen, die Fäden nach und nach aus der Hand zu geben:

1. Steigen Sie aus dem Problemlösungs- und Reparaturgeschäft aus

Es ist sehr viel einfacher, Menschen beizubringen ein Problem zu verhindern als ihnen zu zeigen, wie man etwas repariert, das bereits defekt ist. Beispielsweise ein Swimmingpool-Unternehmen kann im Sommer einem Mitarbeiter beibringen, jede Woche Schmutz aus dem Pool zu schaufeln. Um jedoch eine Pumpe zu ersetzen, die aufgrund eines verstopften Abflusses überhitzt ist, bedarf es eines Experten. Oftmals ist dies der Eigentümer selbst.

2. Machen Sie Urlaub

Beginnen Sie langsam damit, sich Abende und Wochenenden komplett frei zu nehmen. Lassen Sie Ihr Handy im Büro und antworten Sie nicht auf Nachrichten. Dann nehmen Sie sich einfach einen Tag in der Woche frei. Wenn es Ihnen möglich ist, nehmen Sie sich eine ganze Woche frei und verzichten Sie auch dann darauf, ins Büro zu gehen. Zuerst werden Ihre Angestellten Ihr Vorhaben nicht ernst nehmen... bis sie sehen, dass Sie wirklich nicht erreichbar sind. Wenn Sie erst einmal realisiert haben, dass sie auf sich selbst gestellt sind, beginnen die Besten damit, unabhängig von Ihnen Entscheidungen zu treffen. Es ist beeindruckend, wie intelligent und begabt viele Menschen sind, wenn sie nur die Möglichkeit haben es zu zeigen. Sie werden auch die schwächeren Ihrer Mitarbeiter identifizieren und können demnach entscheiden, wen Sie weiter ausbilden oder wen Sie vielleicht sogar entlassen möchten.

3. Fragen Sie Ihre Angestellten was sie an Ihrer Stelle tun würden

Damit Ihre Angestellten beginnen, wie ein Eigentümer zu denken, ermutigen Sie sie ihre Probleme selbst zu lösen. Wenn ein Mitarbeiter mit einem Problem und ohne Lösungsvorschlag zu Ihnen kommt, fragen Sie ihn „Wenn es Ihr Unternehmen wäre, was würden Sie tun?“ Diese einfache Frage bringt Ihre Mitarbeiter dazu, die Dinge zum Wohle des Unternehmens zu durchdenken und etabliert die Angewohnheit Entscheidungen zu treffen. Wenn dies fest in den Köpfen der Mitarbeiter verankert hat, können sie sich schließlich wie der Eigentümer selbst verhalten.

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Wie verbringen Sie im Moment Ihren Tag im Unternehmen? Zeichnen Sie ein Kuchendiagramm und teilen Sie die Stücke anteilig auf. Die Zeit, die Sie auf der Arbeit verbringen und die Zeit, die Sie jeweils mit anderen Aktivitäten zubringen, soll abgebildet werden. Welche Entdeckung machen Sie hinsichtlich dessen, wie Sie Ihre Zeit verbringen?
- Gibt es aktuell einen Mitarbeiter, der den Verkauf und Marketing oder Produktqualität/Dienstleistungsbereich und den Innovationsbereich leiten könnte?
- Welche aktuellen Probleme könnten in Ihrem Unternehmen durch einen formalen Prozess oder eine (Bedienungs-) Anleitung gelöst werden? Die Dokumentation von Prozessen kann Ihnen dabei helfen, Mitarbeiter zu schulen und diese zu befähigen in Ihre Fußstapfen zu treten.

11.Immaterielle Mehrwerte

Der X-Faktor, der viele Unternehmenskäufe rein aus finanzmathematischen Gesichtspunkten nur schwer nachvollziehen lässt, sind immaterielle Mehrwert, die das Unternehmen für den Käufer alternativlos machen.

Bitte die 3 nachfolgenden Alternativen aktiv anhand des individuellen Scores einblenden:

Ergebnis > Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 liegt schon über dem Branchendurchschnitt. Auf diesem Vorteil sollten Sie aufbauen und prüfen, ob Sie die Attraktivität für den Investor mit gezielten Maßnahmen noch steigern können, um einen Kauf Ihres Unternehmens für den Investor alternativlos zu machen.

Ergebnis ~ Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX von 100 möglichen Punkten zeigt, dass Sie in diesem Geschäftsbereich zufriedenstellende Leistungen vorzeigen. Allerdings kann es noch Raum für Verbesserungen geben, damit Sie Ihren Unternehmenswert steigern.

Ergebnis < Branchendurchschnitt: Ihre Punktzahl in Höhe von XXX bringt eine Eigenschaft Ihres Unternehmens zum Vorschein, welche nach einer Verbesserung verlangt, um den Wert Ihres Unternehmens zu steigern.

Heutzutage geht es aber nicht nur um Patente, Lizenzen, Zertifizierungen oder Zugänge zu schwierigen Märkten oder Big Playern. Manche Unternehmen bekamen einen hohen Preis gezahlt, weil sie über die Daten einer bestimmten Zielgruppe verfügten, die der Käufer unbedingt haben wollte.

Und in Zeiten der sozialen Medien ist ein guter Ruf innerhalb von nur wenigen Sekunden geschädigt und unwiderruflich im Netz verewigt und für jeden zugänglich.

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Überlegen Sie, wie Sie Ihren Einfluss (gemessen an der Anzahl der Menschen, die sich über email Listen oder Social Media Profile für Informationen über Ihr Unternehmen interessieren) noch steigern können?
- Wie können Sie die Anzahl der eigenen Kunden erhöhen, deren Geschäftserfolge von den Produkten und Dienstleistungen Ihres Unternehmens abhängig sind?
- Wie können Sie weitere Attraktivitätsfaktoren, wie "geistiges Eigentum" oder vorteilhafte Verträge / Handelsabkommen, Auszeichnungen, Zertifizierungen, etw. aufbauen?

12.Nächste Schritte

Behandeln Sie (mit Ihrem Berater) u.a. folgende Fragestellungen zur Optimierung:

- Gehen Sie im Dashboard die einzelnen Key Value Driver durch und sehen Sie im Detail, an welchen Punkten Sie ansetzen können, um Ihren strategischen Unternehmenswert noch signifikant zu steigern.
- Buchen Sie ein kostenloses Strategiegespräch und erfahren Sie, wie eine konkrete Umsetzung für Ihr Unternehmen und Ihren Maximum Exit aussehen kann.
- Setzen Sie die Maßnahmen zur Unternehmenswertsteigerung um oder holen Sie sich einen Experten, damit Sie sich in 1-3 Jahren reich und glücklich zur Ruhe setzen können.

Viel Erfolg

Ihr

Christian Haack