



UNTERNEHMER

DEUTSCHE UNTERNEHMERBÖRSE

DAS NACHFOLGEPORTAL



Expertenwissen

von Kai Schimmelfeder,
Fördermittelberater

Eigener Chef im Handwerksbetrieb

7 Tipps für eine erfolgreiche Übernahme im Handwerk



Insiderwissen



Nicolas Rädecke,
Geschäftsführender Ge-
sellschafter der Deutschen
Unternehmerbörse DUB.de.
Sie haben Lob, Kritik oder
Anregungen? Schreiben Sie
mir unter raedecke@dub.de

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

nichts im beruflichen Leben einer Unternehmerin und eines Unternehmers ist so persönlich wie die Übergabe des eigenen Unternehmens. Auf der anderen Seite eröffnet nur wenig mehr Freiheit und Chancen als die Übernahme eines Unternehmens. Auf beiden Seiten sollte Freiheit aber nicht mit Verantwortungslosigkeit verwechselt werden. Sei es gegenüber den Mitarbeitern, den Geschäftspartnern und nicht zuletzt gegenüber der eigenen Familie.

Die Deutsche Unternehmerbörse DUB.de als größter privater Marktplatz für Unternehmensnachfolge achtet besonders darauf, dass neben der reinen Unternehmenstransaktion sowohl Verkäufer als auch Nachfolger durch viele Fachbeiträge, Online-Seminare und Veranstaltungen auf die Transaktion und die Zeit danach vorbereitet sind.

So soll auch diese Serie von Spezialausgaben des DUB UNTERNEHMER-Magazins Ihnen auf dem Weg in ein oder aus einem Unternehmen helfen. Dazu holen wir uns regelmäßig ausgewählte Berater als Experten dazu, denn insbesondere bei einer Unternehmenstransaktion ist Expertenwissen gefragt.

Viel Spaß und Erkenntnisgewinn beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr

Nicolas Rädecke

INHALT

02 EDITORIAL

03 CHEFPOSITION - WARUM?

04 EXPERTENKOMMENTAR
KAI SCHIMMELFEDER

05 DIE SCHRITTE ZUM EIGENEN BETRIEB

08 ZUSAMMENFASSUNG

09 ÜBER DEN AUTOR



Innerer Antrieb:
Das Warum ist für einen
Unternehmenskauf entscheidend

Chefposition – warum wollen Sie kaufen

UNTERNEHMENSKAUF Einen Handwerksbetrieb zu kaufen ist für die meisten Menschen ein sehr großes Vorhaben

Einen neuen Lebensabschnitt zu planen oder sogar umzusetzen, indem Sie aus gesicherter Position eines Angestellten oder aus der Situation eines Outplacements heraus entscheiden den Unternehmenskauf zu starten, sollten Sie sich intensiv und frühzeitig überlegen. Für die Zeiten in der Phase der Entscheidungsfindung „Soll ich ein Unternehmen kaufen?“ bis zum Vollzug des Unternehmenskaufs brauchen Sie einen Grund, warum Sie dann nicht aufgeben oder den Unternehmenskauf sogar bereuen. Sie brauchen ein sehr großes „Warum will ich ein Unternehmen kaufen?“.

Nachfolgende Darstellung verdeutlicht Ihnen den Vorteil: Ihr Warum für den Unternehmenskauf muss immer größer sein und weiter reichen als mögliche Probleme und Schwierigkeiten, die Sie als zukünftiger Selbstständiger und/oder Unternehmer bekommen.

Aber auch nach dem Unternehmenskauf brauchen Sie Ihr „Warum“. Sie brauchen mehr inneren Antrieb als Sie sich jetzt vielleicht vorstellen.

Fragen Sie sich selbst: „Was treibt mich an für den Unternehmenskauf?“, „Was ist anders bei mir?“ und nehmen Sie dieses Anderssein dankbar an. Es gehört zu Ihrem gewünschten Erfolg – machen Sie etwas daraus für sich und Ihre Familie!

Das Warum brauchen Sie somit als ersten Schritt, weil Sie an dem Warum alles festmachen können. Sie werden dauernd in Situationen kommen, die Ihnen unbekannt sind. An dieser Stelle möchte ich nur noch kurz erwähnen, dass auch Kreditinstitute oder Investoren Sie zu gegebener Zeit fragen werden „Warum wollen Sie den Unternehmenskauf umsetzen?“. Dabei gehe ich davon aus, dass Sie die Finanzierung für den Kaufpreis nicht bar in der Tasche haben.

TIPP: Der erste Schritt im Unternehmenskauf startet somit zwingend mit der Ausarbeitung Ihres Warums! Wenn Sie kein großes Warum haben, brauchen Sie den Vorgang für den Unternehmenskauf nicht weiterverfolgen. ■

Expertenkommentar

Herzlich willkommen von Kai Schimmelfeder,

Einen Handwerksbetrieb zu kaufen ist für die meisten Menschen ein sehr großes Vorhaben. Probleme und deren Lösungen stellen wir in dieser Ausgabe grundsätzlich dar, um Ihnen die wichtigsten Erkenntnisse zur Verfügung zu stellen. Aus schon durchgeführten Projekten haben sich in den letzten zwei Jahrzehnten bestimmt auch für Sie wichtige Impulse herausgebildet.

Sehen Sie sich zum Beispiel den ersten Tipp zum Thema „Chefposition – warum wollen Sie kaufen“ genau an. Viele der gescheiterten Käufe von Handwerksbetrieben hatten quasi ein Antriebsproblem beim Käufer. Das bedeutet: Oft lag eine Unterschätzung des Aufwandes vor. Unterschätzt wurde der Umfang der Vorbereitung, die Energie, die der Käufer aufbringen muss, die Zeit, die die einzelnen Gesprächspunkte mit dem Verkäufer benötigen, der Stress, den es mit sich bringt, wenn man sich nicht 100%ig auf den Kauf eines Handwerksbetriebes konzentrieren kann.

Der Tipp zum Thema „Umfeld: Akzeptanz von Familie, Freunde und Bekannten“ wird Sie als Leser bestimmt vor vielen unruhigen bzw. schlaflosen Nächten bewahren. Die Zweifel, gerade die, die von anderen in Ihren Kopf wandern, müssen Sie abwehren. Diese Zweifel sind es oft, die das Projekt „Handwerksbetrieb kaufen“ scheitern lassen. Wenn Sie erfolgreicher werden wollen, beachten Sie dieses Thema besonders.

Ganz besonders ans Herz legen möchte ich Ihnen die beiden Themen „Betriebsdaten richtig verstehen“ und „Verkäufer verstehen“. Das sind oftmals emotionale Themen – aus Sicht des Verkäufers! Sie als Käufer sehen sich andere Parameter an als der Verkäufer. Um den Kaufprozess nicht an diesen unterschiedlichen Sichtweisen scheitern zu lassen, sind diese beiden Themen für Sie wichtig. Sie werden in die Lage versetzt, den Verkäufer und sein Unternehmen zu verstehen.



Das wird für Sie eine spannende Reise, wenn Sie einen Handwerksbetrieb kaufen wollen. An dieser Stelle lade ich Sie ein, mit uns in Kontakt zu treten, wenn Sie Fragen haben. Senden Sie uns Ihre Anmerkungen, Fragen oder wenn Sie möchten: Rufen Sie uns an.

**Viel Erfolg weiterhin
Ihr Kai Schimmelfeder**

Kai Schimmelfeder:

Kai Schimmelfeder ist Geschäftsführer der auf Fördermittelberatung und Unternehmensfinanzierung spezialisierten „feder consulting“.

Umfeld: Akzeptanz von Familie, Freunden und Bekannten

Akzeptanz aus Ihrem Umfeld zum Thema Unternehmenskauf, kann ein sehr wichtiger Baustein für Ihren Erfolg sein. Grundsätzlich gibt es entweder Unterstützer oder Zweifler für Ihr Vorhaben. Nutzen Sie auf jeden Fall Ihr Warum und entfernen sich von den Zweiflern. Wenn Sie wirklich Ihr Vorhaben umsetzen wollen, dann suchen Sie sich ein Umfeld, welches Sie dabei unterstützt. Probleme können dort gelöst werden, wo Menschen sind, die nach Lösungen suchen wollen und können. Zweifler sind das Öl im Feuer von Problemen. Nehmen Sie sich Zeit für das Vorhaben ein Unternehmen zu kaufen.

Bevor sie mit anderen - egal mit wem - darüber sprechen, müssen Sie sich intensiv vorbereiten. Vorbereitung bedeutet: Sprechen Sie nicht mit anderen, bevor Sie nicht alle Fragen zu Ihrem Vorhaben standfest beantworten können. Sie werden feststellen, dass Ihr Umfeld anders reagiert, wenn Sie „mittendrin“ sind. Am Anfang eines Unternehmenskaufs sollten Sie schweigen und nicht erwarten, dass Ihre Familie, Ihre Freunde oder Bekannte, Sie 100% dabei mit positiven Gedanken belegen. Wie auch? Die meisten kennen sich mit dem Thema nicht aus. Sie könnten genauso gut erklären, Sie werden im nächsten Monat als Astronaut zum Mars fliegen. Auch das werden Ihnen nicht viele glauben und Zweifel anmerken. Selbst wenn diese Zweifler keine Erfahrung, keine Ahnung, kein Wissen zu diesem Thema haben - eine Meinung haben eigentlich alle Menschen. Es ist oftmals am Anfang nur eine Meinung, die dann mit einer anderen Meinung verstärkt wird. So gehen auch die wirklich guten Unternehmenskäufe kaputt. Für Ihren Erfolg müssen Sie es tun. Es gehört auch dazu, den Zweiflern nicht die Macht zu überlassen!

Wo finde ich den geeigneten Betrieb

Wenn Sie noch kein konkretes Unternehmen für Ihren Unternehmenskauf im Auge haben, dann können Sie bei der Deutschen Unternehmerbörse DUB.de nach Unternehmen suchen, die zum Verkauf stehen. In den meisten Branchen haben auch die Branchenverbände Informationen zum Thema Unternehmenskauf. Hinzu kommt: Viele Transaktionsberater haben Mandate für den Unternehmensverkauf. Sie wären mit Ihrem

Wunsch des Unternehmenskaufs somit auch da an der richtigen Adresse. Prüfen Sie aber ganz genau nach, was Sie dort an Informationen erhalten. Gehen Sie niemals unvorbereitet in ein Gespräch zum Thema Unternehmenskauf!

Mit der Veröffentlichung eines Unternehmensverkaufs liegt normalerweise ein Verkaufsexposé des zu kaufenden Unternehmens vor, um erste betriebswirtschaftliche Daten für den Unternehmenskauf darzustellen. In diesem Exposé stehen z.B. eine kurze Unternehmensgeschichte, das Angebot bzw. die Produkte des Unternehmens, Mitarbeiteranzahl, Umsatz und Ertrag, Branchendaten, direkte Kontaktdaten des Verkäufers und eigentlich auch der Kaufpreis.

Bewertungslücke - unterschiedliche Kaufpreissichten

Das Thema des Unternehmenskaufs ist unter zwei unterschiedlichen Standpunkten zu betrachten: Zum einen gibt es den Unternehmer / Inhaber, der seinen Betrieb erfolgreich aufgebaut hat und nunmehr daran denkt, sich zurückzuziehen bzw. zu verkaufen.

Zum anderen gibt es jemanden auf der anderen Seite: Sie. Sie haben sich entschlossen, sich mit einem Unternehmen selbstständig zu machen (ein Unternehmen kaufen) und möchten nicht eine vollständige Neugründung (alles von null selber aufbauen) in Angriff nehmen, sondern einen bereits bestehenden Betrieb mit entsprechendem tatsächlichen Umsatz erwerben.

Oftmals ist aber die Unternehmensbewertung das Zünglein an der Waage zum Erfolg! Der Verkäufer verkauft sein Lebenswerk und hat eine Wertvorstellung. Eine detaillierte Unternehmensbewertung, die für Außenstehende auch nachvollziehbar ist, liegt oft nicht vor. Viele Verkäufer sparen sich den Aufwand eine derartige Unternehmensbewertung erstellen zu lassen und nehmen den kurzen Weg. Der Ertrag wird mit einem bestimmten Faktor multipliziert und das soll dann der Kaufpreis sein! Das muss grundsätzlich nicht falsch sein, kann aber zu sehr großen Wertüberschätzungen führen. Das liegt oft auch daran, dass der Verkäufer eher emotional an den Werten hängt und seine Arbeitskraft, die er ins Unternehmen gesteckt hat, nun ausbezahlt haben will. Ein Irrtum, der schon viele Unternehmenskäufe hat scheitern lassen.

Sie als Käufer hingegen wollen einen niedrigen Kaufpreis bezahlen. Sie sollten rational an die Bewertung herangehen. Die Frage: Was kann das Unternehmen überhaupt an Belastungen aus möglichen Kaufpreiskrediten zurückzahlen, muss ausschlaggebend sein! Wertüberschätzung aus Sicht der Betriebswirtschaft be- ▶

Strategie:
Eine gute Planung ermöglicht eine tragfähige Finanzierung



deutet: bei überhöhter Wertbetrachtung besteht das Risiko, die Kapitaldienstfähigkeit des Unternehmens zu überschreiten. Das führt zum Niedergang des Unternehmens!

Entscheidend ist somit die zukünftige Ertragskraft eines Unternehmens, die im Regelfall für die nächsten sechs Jahre prognostiziert und bei der Bewertung berücksichtigt wird.

TIPP: Eine Bank nur mit den Unterlagen einer Unternehmensbewertung für eine Finanzierung des Kaufpreises zu überzeugen, führt regelmäßig in eine Kreditabsage. Begründung: Eine Vielzahl von Finanzierungsanfragen bei Banken hat aufgezeigt, dass Unternehmensbewertungen für kleine und mittlere Unternehmen oftmals nicht ausreichen, die Tragfähigkeit einer zukünftigen Kreditfinanzierung darzustellen. Die Tragfähigkeit von Zins- und Tilgungskosten für die geplante Finanzierung ist mit der wichtigste Punkt, um das zu kaufende Unternehmen nachhaltig erfolgreich weiterzuführen. Das mag grundsätzlich einleuchtend sein, ist aber immer wieder ein Grund, dass Unternehmenskäufer die gewünschte Finanzierung nicht erhalten und der Unternehmenskauf scheitert!

Betriebsdaten richtig verstehen

Ein gut vorbereiteter Verkäufer sieht in dem Vorgang Unternehmenskauf und dem damit verbundenen Öffnen seiner Geschäftsunterlagen nichts Ungewöhnliches. Es ist „Tag der Wahrheit“ und manchmal ein trauriger Tag für den Unternehmenskauf. Nicht selten steigen bei den ersten Betrachtungen der betriebswirtschaftlichen Auswertungen (BWA) und der Bilanz-

Daten die Käufer aus dem Unternehmenskauf aus. Warum? Der vorher angepriesene Geschäftserfolg des zu verkaufenden Unternehmens ist wohl eher ein Wunschgedanke des Verkäufers. Die BWA-Daten haben mit der gewünschten Realität des Verkäufers nichts zu tun.

TIPP: Die erste Datensichtung zum Unternehmenskauf dient einzig und allein dazu (Ausnahmen möglich), dass Sie sich entscheiden, das Thema „Unternehmenskauf“ mit diesem Unternehmen weiter zu verfolgen.

Sie können an den Ertragszahlen und betriebswirtschaftlichen Kennzahlen sehen, ob das Unternehmen zu Ihrer Finanzierungsreichweite passt und dann den Unternehmenskauf weiterverfolgen. Denn: Ihr Eigenkapital plus mögliche Fördermittel plus mögliche andere Finanzinstrumente ergeben den maximalen Kaufpreis, den Sie stellen können. Abhängig davon, ob der Kaufpreis auf einmal oder in Raten gezahlt werden soll. Entscheidend ist aber auch, dass Sie jetzt schon grob errechnen können, ob das Zielunternehmen Ihre geplante Finanzierungslast tragen kann und der Unternehmenskauf Sinn ergibt. Das können Sie am Betriebsgewinn grob erkennen. Wenn Ihre geplante Finanzierung für den Unternehmenskauf bzw. die monatliche Rückzahlung an Banken etc. nicht von dem Zielunternehmen getragen werden kann, sollten sie hier stoppen bzw. in sich gehen und nochmal überlegen, was gemacht werden kann, um den Unternehmenskauf doch noch weiter zu verfolgen. Das ist mit individuellen Optimierungsvorgängen verbunden. Um das zu erkennen, empfehle ich diese erste Sichtung der Geschäftsunterlagen. Auf jeden Fall sollten Sie die Betriebsdaten von einem Experten bewerten lassen. Damit schützen Sie sich und Ihre Zukunft vor Fehlentscheidungen aus betriebswirtschaftlicher Sicht.

Verkäufer verstehen

Der Verkäufer und Sie wollen vom Ziel her das Gleiche: Unternehmenskauf bzw. Unternehmensverkauf. Es gibt aber extreme Unterschiede zwischen beiden Seiten. Der Verkäufer hängt oftmals an seinem Unternehmen – es ist vielleicht sein Lebenswerk. Vielleicht war ein Unternehmensverkauf gar nicht geplant und er wollte, dass seine Kinder das Unternehmen weiterführen. Aber die wollen nicht!

Fragen Sie den Verkäufer: Welche Vorstellungen hat er von dem zukünftigen Käufer seines Unternehmens? Wie möchte er, dass der Unternehmenskauf umgesetzt wird? Hat er schon schlechte Erfahrungen mit anderen Interessenten gemacht? Welchen Zeitplan hat er sich für den Unternehmenskauf gesetzt?

Interessieren Sie sich für den Verkäufer, sonst haben Sie Nachteile beim Unternehmenskauf. Wenn Sie den Verkäufer nicht ►

► verstehen, neigt er dazu im weiteren Verlauf starr zu bleiben. Egal zu welchem Punkt Sie ein Entgegenkommen wünschen – der Verkäufer sieht Sie auf der anderen Seite. Auch wenn es dem Verkäufer schadet. Meist ist dem Verkäufer nicht bewusst, dass seine Art auch dazu beiträgt, ob es ein erfolgreicher Unternehmenskauf wird oder nicht.

Viele Verkäufer sind – wie Sie als Käufer – zum ersten Mal dabei ein Unternehmen zu verkaufen bzw. nehmen Teil an dem Unternehmenskauf. Leider sind viele Unternehmer als Verkäufer nicht optimal beraten und werden nicht umfassend auf den Prozess des Unternehmensverkaufs trainiert bzw. gecoacht.

Wenn Ihnen der Unternehmenskauf wichtig ist, dann müssen Sie den Verkäufer verstehen (lernen). Es ist die ganze Zeit wie ein Produktverkauf. Sie wollen sich beim (oftmals emotionalen) Verkäufer sehr gut präsentieren. Sie wollen ihm sein Lebenswerk wegnehmen. Sie wollen ihn durch den Unternehmenskauf auf die Ersatzbank verweisen. Und jetzt stellen Sie sich vor, der Verkäufer hat kein Warum für sein Leben. Na dann viel Spaß beim Unternehmenskauf. Es kann sein, dass der Verkäufer Angst bekommt, sein Unternehmen wegzugeben und damit seinen Lebensinhalt einem FREMDEN zu überlassen. Was soll er nach dem Unternehmenskauf bzw. -verkauf machen?

Aus Erfahrung kann ich sagen: Leider ist der Vorgang „Unternehmenskauf“ bei kleinen und mittelständischen Unternehmen überwiegend emotional statt zielführend auf den Verkauf gerichtet. Lernen Sie den Verkäufer deswegen kennen und schätzen!

Zukunftsplanung mit Businessplan

Die Erstellung eines Businessplans hat es in sich. Das hat so mancher Käufer eines Handwerksbetriebes schon feststellen müssen, wenn sein Konzept auf den Prüfstand gestellt wird. Wer nicht genügend Fleiß, Zeit und Umsicht hat walten lassen, für den werden kritische Fragen bei der Bank zu einem unangenehmen Spießrutenlauf - am Ende gar zum Begräbnis für die einst so vielversprechende Idee.

Im Businessplan erfahren die Finanzierungspartner schwarz auf weiß, welche Motivation hinter der Idee steckt und wie gut sich der Gründer/ Betriebskäufer mit seiner Materie und seinem Marktumfeld auskennt. Ausgehend von diesem Konzept prognostizieren sie dann die Erfolgchancen und die Wahrscheinlichkeit, ob sie die Finanzierung wieder zurück erhalten. So wird klar, welche wichtige Funktion ein Businessplan hat: Absicherung der Beteiligten und Kontrollwerkzeug für den geplanten Betriebskauf.

Aber nicht nur für die Finanzierungspartner, auch für den Käufer selbst ist ein Businessplan ein sehr spannendes Instrument.

Beim Erstellen wird sehr schnell klar, worauf man sich beim Realisieren des Betriebskaufes einlässt und ob man der Aufgabe auch gewachsen ist. Der Businessplan zwingt vor allem, in die oft noch flexiblen eigenen Vorstellungen – die meist ja nur im Kopf vorhanden sind – schriftlich Ordnung zu bringen. Hier vier der wichtigsten Positionen:



GANZ WICHTIG: MIT ANGESPITZTEM BLEISTIFT RECHNEN

Wenn man sich daranmacht, das Vorhaben bankfähig zu machen, sind es die messbaren Faktoren im Businessplan, die über die Zukunft des Vorhabens entscheiden. Bei der Bank geht es nicht mehr darum, eine tolle Idee zu beschreiben. Man sollte mit spitzem Bleistift die möglichen Einnahmen und Ausgaben nachrechnen und plausibel darstellen können.



NICHT VERGESSEN: LEIDENSCHAFT!

Bei aller Wirtschaftlichkeit, die im Businessplan dargestellt werden soll, es ist Herz gefragt. Auch wenn der Businessplan den Betriebskäufer in eine neue Form zwingt und mit den Realitäten des Marktes und der Zahlen ohne Emotionen umgeht, so ist es bedeutsam, wenn man erkennen kann, dass dahinter ein begeisterter und unternehmungslustiger Mensch steckt, der an sein Vorhaben glaubt.



FINANZIERUNGSANTRAGSTELLER: STELLEN SIE SICH VOR

Beim Abschnitt „Finanzierungsantragsteller“ kommt es ganz auf Ihre persönlichen Qualitäten an. Hier stellen Sie sich vor. Beschreiben Sie, welche Vorkenntnisse und beruflichen Qualifikationen Sie vorweisen können. Haben Sie in Ihrem Leben weitere praktische Erfahrungen gesammelt? Bei welchen Unternehmen haben Sie gearbeitet und in welcher Position? Falls Sie Partner haben, sollten Sie darlegen, wie sich Ihre Fähigkeiten ergänzen und welche Funktionen jeder bei der neuen Unternehmung übernehmen wird.



EINE WICHTIGE ROLLE: DIE FINANZEN

Die Banken wollen eine sichere Rückführung des Kredites erzielen. Deshalb spielt der Abschnitt „Finanzen“ natürlich eine besonders wichtige Rolle. Entscheidend ist er vor allem bei Banken, die man wegen eines Darlehens anspricht. Sie konzentrieren sich weniger auf den unternehmerischen Aspekt, den sie meist nicht beurteilen können, sondern auf die Sicherheiten, die der Antragsteller anbieten kann.

Vertrauen schaffen:

Eine gute Chemie zwischen Käufer und Verkäufer kann entscheidend sein



Zusammenfassung

ERFOLG Wenn Sie Ihr Warum haben, kommt das Wie viel leichter. Ein großes Vorhaben ist mit der richtigen Planung machbar

Wow, was für eine Vielzahl an bemerkenswerten Positionen, wenn Sie einen Handwerksbetrieb kaufen wollen. Haben Sie es sich so vorgestellt? Keine Angst, es gibt für alles eine Lösung und Handwerksbetriebe werden jeden Tag verkauft bzw. gekauft. Sie müssen kein Wissenschaftler sein, um den Vorgang, einen Handwerksbetrieb zu kaufen, zu überstehen.

Vorbereitung ist alles! Nehmen Sie spätestens jetzt einen Terminplaner zur Hand und setzen Sie sich Zeiträume, in denen Sie die Themen bearbeiten und für sich erstellen. Planen Sie Zeit ein für Ihr Warum. Das ist das Wichtigste. Wenn Sie Ihr Warum haben, kommt das Wie viel leichter. Ihr Warum treibt Sie an – auch in schlechten Momenten. Und die werden kommen, wenn Sie ein Unternehmen kaufen wollen.

Planen Sie auch ein, sich mit anderen Handwerksbetrieben auseinanderzusetzen. Fangen Sie an zu vergleichen. Egal ob die Unternehmen zu verkaufen sind. Sie brauchen Vergleiche, um dann das zu kaufende Unternehmen dagegen zu bewerten. Was bedeutet es, wenn es ein gutes Unternehmen ist. An welchen Daten machen Sie das fest? Erst wenn Sie vergleichen können, können Sie bewerten! So machen es auch die Banken! Dort heißt es Branchenvergleich! Kommen Sie anderen zuvor – und beschäftigen Sie sich mit anderen Unternehmen.

Lassen Sie sich nicht von anderen Menschen herunterziehen. Meiden Sie solche Personen – egal, wer es ist. Sie werden es sich sonst schwerer machen als nötig! Ein Unternehmen zu kaufen ist die Königsklasse. Die meisten machen es nur einmal im Leben! Geben Sie alles, wenn Sie wirklich wollen. Sonst lassen Sie es gleich nach. Es wird nur Ihre Energie verschwenden und wahrscheinlich viel Geld kosten.

„Machen oder lassen“ – Sie müssen entscheiden. Wichtig ist auch, dass Sie sich die Betriebsdaten des zu verkaufenden Unternehmens nicht schön rechnen, nur weil Sie das Unternehmen auf jeden Fall kaufen wollen. Lassen Sie Fakten entscheiden. Nutzen Sie Bewertungen, nutzen Sie externe Personen. Nutzen Sie einen Experten!

Starten Sie jetzt auch damit, für Ihren Businessplan bzw. die grundsätzliche Erstellung Zeit einzuplanen. Die Unterlagen erstellen sich nicht von selbst. Diese Daten helfen Ihnen, sich auf die Sache zu konzentrieren. Das wiederum unterstützt Ihre positive Haltung und hilft Ihnen bei den richtigen Entscheidungen. Dafür müssen Sie Verantwortung übernehmen! Egal, wie Sie sich entscheiden! ■

Über den Autor

Kai Schimmelfeder ist Geschäftsführer der auf Fördermittelberatung und Unternehmensfinanzierung spezialisierten „feder consulting“. Er ist zertifizierter Fördermittelberater und Sachverständiger und ausgewiesener Profi für öffentliche Fördermittel, Zuschüsse und Subventionen und wurde bereits mit dem „Seal of Experts“ zum Thema „öffentliche Fördermittel“ ausgezeichnet.

Direkt zu feder consulting kommen Sie hier www.federconsulting.com

Kai Schimmelfeder hat in den letzten 20 Jahren mit seinem Team schon über 8.000 Unternehmen zum Thema öffentliche Fördermittel persönlich beraten, er hält Vorträge, leitet Workshops und Seminare. Seine Teilnehmer und Auftraggeber können somit auf ein Paket aus herausragendem Fachwissen, kombiniert mit langjährigen praktischen Erfahrungen und der persönlichen Methoden-Kompetenz zurückgreifen.

Kai Schimmelfeder gründete 1996 die „feder consulting“ Beratungsgesellschaft und führt seitdem das Unternehmen mit seinen Geschäftspartnern.

Er ist zudem Mittelstandsbotschafter für öffentliche Fördermittel, Zuschüsse und Subventionen beim Creditreform Magazin (Verlagsgruppe Handelsblatt).