

Wie kann ich den Wert meines Unternehmens steigern

Neben reinen betriebswirtschaftlichen und makroökonomischen Faktoren gibt es eine Vielzahl sinnvoller Möglichkeiten, um den Wert des eigenen Unternehmens objektiv zu erhöhen.

Die folgende Übersicht ersetzt dabei keine individuelle Beratung oder Begleitung, sondern gewährt einen Überblick der zahlreichen Möglichkeiten.



Trenne den Inhaber vom Unternehmenserfolg

Die größten Einbußen beim Unternehmenswert entstehen durch eine hohe oder sehr hohe Abhängigkeit vom Chef bzw. Inhaber oder Geschäftsführer eines Unternehmens. Wenn "der Laden nur läuft", weil der Chef dauerhaft vor Ort ist und alle Fäden in der Hand hält, kann nicht erwartet werden, dass ein potentieller Käufer bereit sein wird, diese Abhängigkeit vom Erfolg teuer zu bezahlen.



Buchhaltung up to date

Eine falsche oder zu späte Buchhaltung verhindert nicht nur einen reibungslosen Verkauf eines Unternehmens, es senkt auch den Wert in erheblichem Maße.

Nur wenn monatliche Auswertungen korrekt und vollständig dokumentiert vorgelegt werden können, sind optimale Unternehmenswerte zu erzielen. Je fahrlässiger dieser Punkt behandelt wird, desto eher wird ein potentieller Käufer unsicher werden oder komplett Abstand nehmen, da er den zukünftigen Erfolg nicht ableiten oder planen kann.



Großkunden ergänzen

So schön es auch sein kann, für einen großen Kunden produzieren und liefern zu dürfen, so sehr verringert es doch den objektivierten Wert des eigenen Unternehmens.

Die Gefahr, dass das eigene Unternehmen in Schieflage gerät, nur weil der Hauptkunde ausfällt oder sich einen anderen Lieferanten sucht, ist in nahezu jeder Branche denkbar. Es gilt daher, Großkunden durch weitere, kleinere Kunden zu ersetzen, um die Abhängigkeit in diesem Bereich zu senken.



Personen in Schlüsselpositionen

Gute Mitarbeiter zu finden ist nicht leicht. Doch so sehr sich ein Inhaber über gute Mitarbeiter freut, so sehr besteht eine hohe Abhängigkeit gegenüber Mitarbeitern, die in Schlüsselpositionen für den Erfolg eines Unternehmens verantwortlich sind.

Es gilt also, Personen in Schlüsselpositionen, die den Erfolg maßgeblich beeinflussen, zu ergänzen bzw. deren know how auf mehrere Schultern zu verteilen.



Lieferanten tauschen

So wie eine Abhängigkeit von Mitarbeitern oder Großkunden vermieden werden sollte, bedarf es auch des kontinuierlichen Checks der wichtigen Lieferanten.

Es gilt, kritische Lieferprodukte zu identifizieren und sicherzustellen, dass diese auch zeitnah von einem Alternativlieferanten aufgefangen werden könnten. Dabei spielt der Einkaufspreis nur eine untergeordnete Rolle - hier geht es um Produktionsfähigkeit. Ein interessierter Unternehmenskäufer oder Investor wird vorsichtig, wenn der Erfolg der Firma an einem Zulieferer hängt.



Frühzeitig beginnen

Sämtliche Empfehlungen zur Wertsteigerung eines Unternehmens benötigen vor allem eines - Zeit. Beginnen Sie daher mindestens 2 Jahre vor Verkauf Ihres Unternehmens mit der Optimierung der einzelnen Schwerpunkte.

Wichtig: Die genannten Optimierungsmöglichkeiten stellen nur einen Auszug vieler weiterer Optionen dar, die im persönlichen Dialog erarbeitet werden.