

HOW TO (NOT) KILL THE DEAL

6 Reporting-Fehler, die Sie im Exit richtig Geld kosten

Ein Guide für PE-Portfoliounternehmen und KMUs auf dem Weg zum erfolgreichen Exit.

Warum Ihr Deal von Ihrem Reporting abhängt

Wussten Sie, dass potenzielle Käufer beim Kauf eines Unternehmens oder Unternehmensanteils das Geschäftsmodell auf Basis der zugrunde liegenden Finanz- und Plandaten bewerten und daraus den Kaufpreis ableiten? Entstehen hierbei Unklarheiten, führt dies zu Risikoabschlägen.

Aber keine Sorge: Belastbare, konsistente und nachvollziehbare Reporting-Strukturen schaffen die Grundlage für eine stabile und überzeugende Bewertung und untermauern die Erfolgsgeschichte Ihres Unternehmens mit einem bewertbaren Gerüst aus Zahlen und Fakten. Gerade in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten wird Datenqualität so zu Ihrem strategischen Erfolgsfaktor.

In diesem Guide erfahren Sie, warum die Reporting-Qualität entscheidend für Kaufpreis, Timing und Verhandlungssicherheit ist und welche Deal-Killer Sie im Exit unbedingt vermeiden sollten.

Deal-Killer #1: Fehlende Granularität und unklare KPIs

Langjährige Unternehmer kennen ihr Geschäftsmodell wie ihre Westentasche. Häufig steuern sie nicht über Kennzahlen und Excel-Tabellen, sondern „lesen“ den täglichen Geschäftsbetrieb auf Basis verschiedener Faktoren. Wenn diese Werttreiber im Verkaufsprozess nicht ausreichend sichtbar und messbar gemacht werden, bewertet der potenzielle Käufer sie unter Umständen weniger positiv. Deshalb ist ein einfacher Blick ins Auftragsbuch oder auf den Kontostand meist nicht ausreichend. Vielmehr braucht es eine integrierte Lösung, die sämtliche KPIs, z. B. das adjusted EBITDA, detailliert offenlegt.

Die Praxis zeigt immer wieder, dass Unternehmen mit operativ solider Performance im Verkaufsprozess deutliche Abschläge in der Bewertung hinnehmen müssen. Der Grund: Intransparenz in den Zahlen und mangelnde Belegbarkeit. Fehlende Granularität, inkonsistente KPIs oder unzureichend dokumentierte Planungsannahmen erschweren die Due Diligence.

Erfahrungen am Markt zeigen, dass eine gezielte Verbesserung der Reporting-Qualität den erzielbaren Kaufpreis – abhängig von der Ausgangssituation – um bis zu 15 % erhöhen kann. Datenqualität im Reporting wird damit zu einem direkten Werttreiber – nicht erst im Verkaufsprozess, sondern bereits in den Jahren davor.

Deal-Killer #2: Unvorbereitet in die Due Diligence

Die Due Diligence ist kein formaler Prüfschritt, sondern ein standardisierter Prozess zur Vorbereitung einer Kaufentscheidung. Dabei werden zahlreiche Daten und Informationen analysiert und ebenso viele Fragen gestellt. Wer gut vorbereitet ist, hat hier eine starke Verhandlungsposition.

Im Transaktionsprozess analysieren Käufer insbesondere:

- **die Stabilität und Nachhaltigkeit der Erträge**
- **die Transparenz und Flexibilität der Kostenstrukturen**
- **die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells**
- **die Belastbarkeit von Planung und Forecasts**

Ein transparentes Reporting ermöglicht es, diese Faktoren klar, konsistent und bei Bedarf bis auf Detail- oder Kostenträgerebene darzustellen. Zur Due Diligence gehören auch Rückfragen zu einzelnen Buchungen oder Szenarien.

Wer die Antworten bereits vorbereitet hat, steuert den Prozess.

Deal-Killer #3: Ineffiziente Prozesse im Reporting

Die Reporting-Qualität beeinflusst maßgeblich die Dauer des Verkaufsprozesses. Fehlende Granularität, uneinheitliche Finanzdaten oder nicht abgestimmte KPIs verlängern die Due Diligence erheblich. Jede zusätzliche Prüfungsrunde bindet Management-Kapazitäten, erhöht Beraterkosten und verschlechtert das Markt-Timing. Gleichzeitig steigt das Risiko externer Störeinflüsse – von konjunkturellen Veränderungen bis zu operativen Sondereffekten.

„Häufig werden im Rahmen der Kaufverhandlungen Mechanismen festgelegt, die eine detaillierte Allokation von Konten oder Sachverhalten erfordern, z. B. Working Capital Adjustments. Wenn hier ein strukturiertes Reporting vorliegt, welches zudem auf belastbare Finanzprozesse aufbaut, können zeitraubende Diskussionen vermieden werden“, so Elena Salinitro, Head of Partner Management & Director bei loyos bi.

Deal-Killer #4: Keine Antworten auf wichtige Fragen

Nicht alle mittelständischen Unternehmen haben ihre Reporting-Strukturen über Jahre hinweg entwickelt und im Unternehmen etabliert. Bei einem Unternehmensverkauf endet der Bedarf des Käufers an transparenten Zahlen jedoch nicht mit der Transaktion.

Deshalb ist es für KMUs besonders wertvoll, das Reporting so aufzustellen, dass folgende Fragen anhand belastbarer Daten jederzeit beantwortet werden können:

- **Gibt es belastbare KPIs?**
- **Sind Kosten- und Margenstrukturen transparent dargestellt?**
- **Wird das operative Ergebnis klar von Sondereffekten getrennt?**
- **Sind sämtliche Planungsannahmen nachvollziehbar dokumentiert?**

Ein transparentes, konsistentes Reporting bietet Verkäufern die Möglichkeit, ihre Wertstory faktenbasiert zu untermauern und Diskussionen auf strategischer Ebene zu führen – statt über die Validität einzelner Zahlen. Reporting-Qualität entscheidet damit nicht nur über die laufende Steuerung, sondern auch über die Realisierung der Wertschöpfung beim Verkauf.

Deal-Killer #5: Ihr Reporting basiert auf Excel

Eine gute Vorbereitung ist alles. Sie vermeidet Zeitdruck, Kompromisse und ein erhöhtes Fehlerrisiko. Unternehmen, die frühzeitig eine transparente Reporting-Struktur etabliert haben, schaffen nachhaltig eine hohe Datenqualität – mit positiven Effekten für den Verkaufsprozess und die operative Steuerung.

Systemgestützte Reporting-Lösungen können hier einen wesentlichen Beitrag leisten. Transparente Dashboards statt unzähliger Excel-Dateien ermöglichen:

- **konsistente KPI-Definitionen**
- **klare Trennung von Originaldaten und Adjustments**
- **laufende Aktualität statt punktueller Aufbereitung**
- **schnellere, strukturierte Due-Diligence-Prozesse**

Sowohl auf Käufer- als auch auf Verkäuferseite sorgt die Financial Management Suite von loyos bi für eine Entlastung der internen Reporting-Teams während der Verkaufsphase. Gleichzeitig entsteht dadurch eine dauerhafte Reporting-Reife, die nicht nur den Verkauf, sondern auch die operative Steuerung verbessert.

Sie wollen Ihren Kaufpreis durch ein optimiertes Reporting maximieren? **Lassen Sie uns sprechen!**

Kontaktieren Sie uns einfach für eine individuelle Einschätzung oder erfahren Sie mehr zu "Reporting as a Service"-Lösungen. Wir helfen Ihnen, die optimale Reporting-Lösung für Ihre Anforderungen zu finden.

Martin Sperling

Gründer und Geschäftsführer loyos bi

☎ Mobil: +49 172 377 94 23

✉ E-Mail: martin.sperling@loyos-bi.de



JETZT TERMIN VEREINBAREN