

A portrait of Rainer Witt, a man with short brown hair and a light beard, smiling slightly. He is wearing a dark blue blazer over a white shirt with a blue patterned collar. The background is a plain, light grey.

UNTERNEHMENS- FANTASIE TRIFFT AUF MARKTPREIS

»Ein E-Mobility-Unternehmen kostet
gut und gerne das Dreifache.«

Interview mit Rainer Witt

IN DREI SÄTZEN

-

Rainer Witt (38) studierte Wirtschaftsinformatik und Philosophie. Er war selbstständiger IT-Consultant, gründete verschiedene erfolgreiche Unternehmen und verantwortet heute als geschäftsführender Gesellschafter die Geschicke der ENWITO-Gruppe mit Sitz in Dresden. Für deren Marke *intelligentis* ist Witt aktiv als M&A-Berater in der Unternehmensnachfolge für Betriebe aus Technologie-Branchen tätig.

„Für ein E-Mobility-Unternehmen legen Sie schnell mal das Dreifache eines Handwerksbetriebs hin“, weiß Rainer Witt. Der Spezialist für Unternehmensübernahmen und Investitionen in Firmenanteile gibt im Interview Einblicke in die Wertfindung von Unternehmen und in den Markt für Investitionen in Firmen der Elektromobilität.

electricar: Herr Witt, wer investiert in mittelständische Unternehmen der Elektromobilität oder übernimmt sie sogar?

Rainer Witt: Das sind zumeist strategische Investoren, also beispielsweise größere Unternehmensgruppen, die Synergien suchen, sich technologisch verstärken müssen, Mitarbeiter benötigen oder ihren Markt ausweiten wollen. Es tummeln sich aber auch viele Finanzinvestoren im Markt der Unternehmenskäufer für E-Mobility. Für sie spielen die fachlichen Aspekte nicht die größte Rolle – bei ihnen zählen vor allem Wachstum, Kontinuität der Aufträge und Nachhaltigkeit beim EBIT (Anmerkung: Gewinn vor Zinsen und Steuern).

electricar: electricar: Warum spielen strategische Investoren eine größere Rolle?

Rainer Witt: Diese Gruppe der Investoren, die ja zumeist direkt aus der Automotive-Branche oder angrenzenden Branchen kommen, kennt sich besser aus, weiß um Chancen und Potenziale und kann viele Synergien nutzen. Sie suchen gezielt nach Technologien, Marktzugängen, Lieferanten und Rohstoffen. Hingegen bekommt man Private Equity (PE), also privates Beteiligungskapital, mit der Zielstellung, dass in drei bis fünf Jahren ein deutlicher Gewinn erzielt werden muss. Bei Unternehmensübernahmen heißt das: Das Wachstum muss so groß sein, dass das Unternehmen nach wenigen Jahren wesentlich mehr wert ist. Diesen Gewinn kann man maximieren, indem man günstig einkauft, das Unternehmen entsprechend mit Synergieeffekten entwickelt und mit Gewinn verkauft.

Da aber zumeist viele Interessenten diese Unternehmen übernehmen wollen, steigen die Preise – was einem günstigen Einkauf für PE-Firmen widerspricht.

electricar: Warum sind E-Mobility-Unternehmen teurer als Firmen anderer Branchen?

Rainer Witt: Das liegt zum einen am Markt, zum anderen am Geschäftsmodell. Für viele strategische und Finanz-Investoren ist die Elektromobilität interessant, weil hier hohe Erträge auf Basis hoher Wertschöpfung zu erzielen sind und viele Player von diesem Markt profitieren wollen. Hinzu kommt, dass Firmen, die sich mit Künstlicher Intelligenz, Autonomem Fahren, Vernetzung oder dem Internet of Things beschäftigen, Innovationstreiber sind – und damit tolle Wachstumsgeschichten zur Realität werden lassen. Wertschöpfung und Wachstum sind die Preistreiber. So kommt es, dass für einen gut laufenden Handwerksbetrieb als Kaufpreis das Drei- bis Fünffache des EBITs angesetzt wird, bei manchen E-Mobility-Unternehmen hingegen das Zehn- oder Zwölffache. Eine Tischlerei mit 300.000 Euro Gewinn können Sie also schon für eine Million übernehmen, für einen Leistungsregler-Hersteller legen Sie schnell mal das Dreifache hin.

electricar: Also berechnen Sie den Verkaufswert eines Unternehmens mit einfacher Multiplikation des Jahresgewinns?

Rainer Witt: Obwohl der Ertrag bei Investitionen natürlich eine große Rolle spielt, ist der aus einer Multiplikation resultierende Wert eher von indikativer Natur für eine erste Abschätzung. Am Ende des Tages zählt nur der zu erzielende Marktpreis. Und der richtet sich nach Angebot und Nachfrage. Je besser ich also mein zu verkaufendes Unternehmen aufstelle, je besser ich seinen Verkauf anpreise, mich und das Unternehmen darauf vorbereite, umso höher wird der Verkaufserlös sein.

electricar: Wie mache ich denn mein Unternehmen fit für den Verkauf?

Rainer Witt: Wer es perfekt machen und das Optimum erreichen möchte, sollte zwei bis drei Jahre vor der geplanten Abgabe mit den Vorbereitungen beginnen. Inhabergeführte Unternehmen müssen eine kompetente zweite Führungsebene erhalten, Prozesse sollten effizient gestaltet und gegebenenfalls digitalisiert werden, das Unternehmen ist von steueroptimiert auf gewinnorientiert auszurichten, die Ertragsbringer müssen in den Vordergrund rücken, Liefer-, Kundendienst- und Wartungsverträge sind verbindlich, längerfristig und ertragswirksam zu modifizieren.

electricar: Zum Schluss die wichtige Frage: Wieviel Zeit muss ein Unternehmer einplanen, der seine Firma verkaufen will?

Rainer Witt: Idealerweise sollten wir mindestens zwölf Monate haben zwischen dem Erstgespräch und dem tatsächlichen Verkauf. Wir haben es auch schon in sechs, acht Monaten geschafft – aber da war Vieles mit der heißen Nadel gestrickt oder im besten Fall in den Jahren davor sehr gut vorbereitet. Wenn man hingegen zu früh anfängt potenzielle Investoren anzusprechen und sich dann drei, vier Jahre Zeit lässt, kann der Prozess auch unterwegs einschlafen. Wichtig ist: Wir müssen das Unternehmen gemeinsam fit machen für den Verkauf und dann die wirklich Interessierten finden. Das kann je nach Unternehmen oder Branche ein Weilchen dauern.

electricar: Herr Witt, vielen Dank für das Gespräch.

Rainer Witt: Sehr gerne.