

## Digitale Transaktionsplattformen - ein wirksames Instrument für den Unternehmensverkauf?

Gernot Schmerlaib, September 2020

Die Digitalisierung eröffnet vielen UnternehmenseigentümerInnen zusätzliche Möglichkeiten, das eigene Unternehmen einem großen Kreis von potentiellen Investoren zu präsentieren. CONSENZUM hat in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Wiener Neustadt im Rahmen einer Masterarbeit eine qualitative Studie durchgeführt, die wichtige Fragen zu digitalen Plattformen für M&A-Transaktionen aus der Verkäufersicht beleuchtet (1). Konkret wurden 250 UnternehmenseigentümerInnen in Österreich befragt. Die wichtigsten Ergebnisse dazu finden Sie in der nachfolgenden Zusammenfassung.

### 1. Generelle Nutzung von digitalen Transaktionsplattformen

Bei diesem Thema wurde die Befragung auf die generelle Bereitschaft zur Nutzung einer Plattform und zur Freigabe von Daten fokussiert. Das Ergebnis zeigt, dass sich 77 % der Befragten bisher nicht im Internet über Unternehmensverkäufe informiert haben. 23 % der TeilnehmerInnen gaben an, dass sie Informationen zu Unternehmensverkäufen im Internet bereits gesucht haben.

### 2. Qualität des Plattformangebotes

Jene TeilnehmerInnen, die sich bereits mit Transaktionsplattformen im Internet beschäftigt hatten, konnten Ihren Eindruck bezüglich der Qualität nach den Kriterien „sehr gut“, „gut“, „wenig befriedigend“ oder „nicht befriedigend“ beurteilen. Mehr als 50 % geben an, dass die Qualität bestehender Plattformen wenig befriedigend ist. 43 % der Befragten bewerten das Angebot mit gut.

### 3. Vorteile einer Plattformnutzung und Nutzungsbereitschaft

Als besondere Herausforderung beim Unternehmensverkauf wird seitens der TeilnehmerInnen auf die lange Zeit verwiesen, die verstreicht, bis geeignete Käufer für das Unternehmen gefunden werden. Die UnternehmerInnen erwarten von digitalen Plattformen, dass durch die generierten Netzwerkeffekte der Plattform ein größeres Investorenangebot und relevante Kontakte schneller zur Verfügung stehen.

83 %, also ein sehr hoher Prozentsatz, der Befragten glauben, dass eine Beschleunigung des Verkaufsprozesses durch die Nutzung des Netzwerkes des Plattformbetreibers möglich wird. Eine Mehrheit von 53 % der Befragten gibt an, dass sie eine Plattform wahrscheinlich bzw. sehr wahrscheinlich nutzen würden. Die restlichen 47 % haben nur ein geringes oder kein Interesse, eine Transaktionsplattform für den Unternehmensverkauf zu nutzen, wie nachfolgende Grafik zeigt (siehe Abb.1).

Wenn Sie über die Transaktionsplattform für Unternehmensverkäufe nachdenken, sehen Sie es als etwas an, das Sie brauchen würden?

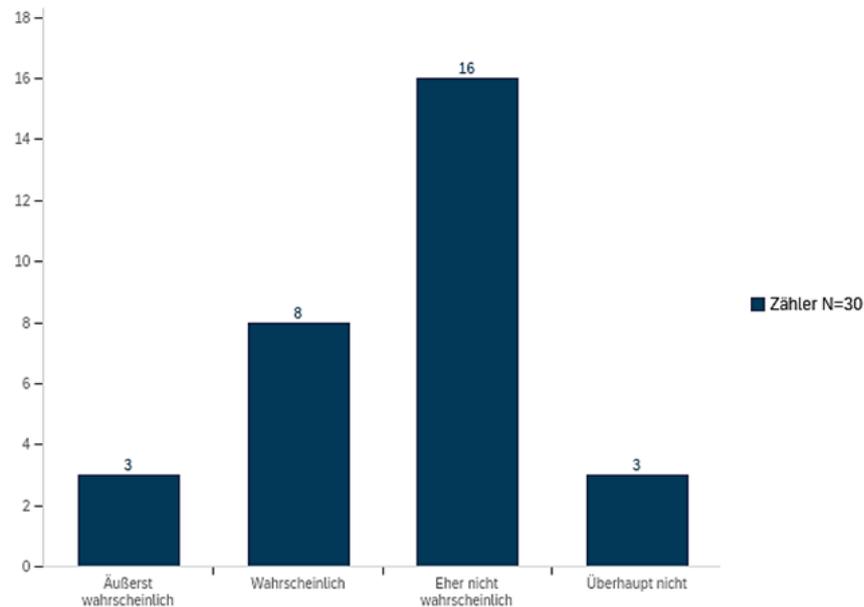


Abb. 1: Nutzungsbereitschaft von Transaktionsplattformen für den Unternehmensverkauf (1)

#### 4. Plattformen als Ergänzung

Mehr als 65 % der TeilnehmerInnen würden die Möglichkeit eines persönlichen Gesprächs mit einem externen Berater in Anspruch nehmen, wenn diese auf der Plattform angeboten wird. Diese Aussage wird zusätzlich dadurch verstärkt, dass mehr als die Hälfte der Befragten eine Unterstützung bei administrativen Fragen und bei der Auswahl der potenziellen Käufer durch externe Beratung als notwendig erachten.

Wenn Sie erfahren möchten, welche Beratungsleistungen in diesem Zusammenhang speziell für Ihr Unternehmen sinnvoll sind, nutzen Sie unsere Website: <https://www.consenzum/merger-acquisitions.de> oder kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Beratungsgespräch.

Gernot Schmerlaib

**CONSENZUM Managementberatung**  
[schmerlaib@consenzum.de](mailto:schmerlaib@consenzum.de) | [www.consenzum.de](http://www.consenzum.de)

-----  
**Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge**  
-----

- (1) Roser Christian (2020): Digitalisierter Unternehmensverkauf/-kauf bei Unternehmensnachfolge. Ein Geschäftsmodell für eine Transaktionsplattform? Masterarbeit an der FH Wiener Neustadt, Masterstudiengang Wirtschaftsingenieur