

Checkliste für den Unternehmensverkauf

Einfacher Leitfaden zum Abhaken, von der ersten Idee bis zur Übergabe.

Diese Checkliste richtet sich an Unternehmerinnen und Unternehmer, die zum ersten Mal über den Verkauf ihres Unternehmens nachdenken. Sie hilft Ihnen, die wichtigsten Schritte zu strukturieren und typische Unterlagen rechtzeitig zusammenzustellen.

Hinweis: Diese Checkliste ist eine Orientierung. Sie ersetzt keine rechtliche oder steuerliche Beratung.

Unternehmen: _____

Ort: _____

Datum: _____

Stand: Februar 2026

So nutzen Sie die Liste

- ☐ Gehen Sie Abschnitt für Abschnitt durch und haken Sie ab, was erledigt ist.
- ☐ Notieren Sie offene Punkte direkt daneben oder auf einem separaten Blatt.
- ☐ Planen Sie ausreichend Zeit ein. Viele Punkte brauchen Wochen oder Monate.
- ☐ Halten Sie sensible Informationen zunächst anonym oder nur im kleinen Kreis.

MERCATOGruppe®

1. Start: Ziele, Rahmen, Vertraulichkeit

Bevor Sie in Zahlen und Unterlagen einsteigen, klären Sie die Grundlagen. Das verhindert hektische Entscheidungen.

- ☐ Notieren Sie Ihre Hauptgründe für den Verkauf und was Ihnen besonders wichtig ist, zum Beispiel Preis, schneller Abschluss, Erhalt von Arbeitsplätzen, Fortführung des Namens.
- ☐ Legen Sie einen groben Zeitplan fest. Wann soll der Verkauf idealerweise abgeschlossen sein.
- ☐ Klären Sie, wer intern eingebunden ist. Wer darf was wissen und wer spricht mit Interessenten.
- ☐ Entscheiden Sie, wann und wie Sie Familie, Geschäftspartner und Schlüsselpersonen informieren.
- ☐ Prüfen Sie, ob Ihr Unternehmen von Ihrer Person abhängt. Notieren Sie alle Aufgaben, die nur Sie erledigen können.
- ☐ Legen Sie fest, welche Informationen Sie am Anfang nur anonym teilen und welche erst später.

2. Ordnung schaffen: Zahlen, Abläufe, Risiken

Käufer verstehen Ihr Unternehmen vor allem über Zahlen, Struktur und Risiken. Je klarer das Bild, desto besser laufen Gespräche.

- ☐ Sammeln Sie die letzten Jahresabschlüsse und wichtige laufende Auswertungen in einem Ordner, digital und sauber benannt.
- ☐ Erstellen Sie eine einfache Übersicht über Umsatz, Kosten und Ergebnis der letzten Jahre, idealerweise pro Jahr und grob pro Monat.
- ☐ Listen Sie Ihre wichtigsten Produkte oder Leistungen auf und zeigen Sie, wie sich Ihr Umsatz verteilt.
- ☐ Prüfen Sie Abhängigkeiten. Wie viel Umsatz hängt von einzelnen Kunden, Lieferanten oder Mitarbeitenden ab.
- ☐ Sammeln Sie wichtige Verträge, zum Beispiel Mieten, Leasing, Darlehen, Rahmenverträge, Wartung, IT, Versicherungen.
- ☐ Klären Sie offene Streitigkeiten oder Risiken, zum Beispiel Rechtsfälle, Gewährleistungsfälle, größere Reklamationen.
- ☐ Notieren Sie Investitionsbedarf der nächsten 12 bis 24 Monate, zum Beispiel Maschinen, IT, Fuhrpark.

3. Unterlagen vorbereiten: Was Interessenten typischerweise sehen wollen

Sie müssen nicht alles sofort herausgeben. Aber Sie sollten es bereit haben, damit Sie bei ernsthaften Anfragen schnell liefern können.

- ☐ Jahresabschlüsse der letzten Jahre inklusive Anhang, sofern vorhanden.
- ☐ Aktuelle Auswertung des laufenden Jahres, zum Beispiel monatliche Zahlen bis zum letzten abgeschlossenen Monat.
- ☐ Übersicht über Mitarbeitende, Funktionen und Beschäftigungsdauer, ohne private Daten.
- ☐ Übersicht über Kunden und Lieferanten. Am Anfang gern anonymisiert, später detaillierter.
- ☐ Liste aller wesentlichen Verträge mit Laufzeit, Kündigungsfristen und besonderen Klauseln.
- ☐ Übersicht über Vermögen, zum Beispiel Maschinen, Fahrzeuge, Lager, Markenrechte, Softwarelizenzen.
- ☐ Falls Immobilien im Spiel sind: Mietverträge, Pläne, Gutachten, Energieausweis, laufende Kosten.

4. Preisvorstellung: Realistisch planen

Ein guter Verkauf braucht eine plausible Preislogik. Sie müssen Ihren Wunschpreis erklären können.

- ☐ Notieren Sie Ihre Preisvorstellung und warum Sie diese Zahl für angemessen halten.
- ☐ Trennen Sie persönliche Erwartungen von betriebswirtschaftlichen Fakten, zum Beispiel Altersvorsorge, Emotionen, geleistete Arbeit.
- ☐ Prüfen Sie, ob Sondereffekte in den Zahlen stecken, zum Beispiel einmalige Kosten oder außergewöhnliche Einnahmen.
- ☐ Klären Sie, ob private Ausgaben über das Unternehmen laufen und wie diese in der Darstellung bereinigt werden können.
- ☐ Wenn möglich, lassen Sie eine neutrale Bewertung erstellen, damit Sie eine belastbare Grundlage für Verhandlungen haben.

5. Passende Käufer finden und ansprechen

Nicht jeder Interessent passt. Ein klares Profil spart Zeit und schützt vor unnötiger Unruhe im Unternehmen.

- ☐ Definieren Sie, welcher Käufer zu Ihnen passt, zum Beispiel Branche, Größe, Region, Investitionskraft, Umgang mit Mitarbeitenden.
- ☐ Erstellen Sie ein anonymes Kurzprofil Ihres Unternehmens auf ein bis zwei Seiten, ohne Name und genaue Adresse.
- ☐ Nutzen Sie eine Verschwiegenheitserklärung, bevor Sie sensible Details teilen.
- ☐ Legen Sie fest, wer Termine führt und wie Sie Fragen dokumentieren, damit Informationen konsistent bleiben.
- ☐ Planen Sie eine klare Kommunikation nach innen. Mitarbeitende erfahren von einem Verkauf idealerweise erst, wenn es wirklich nötig ist und die Botschaft steht.

6. Gespräche und genaue Prüfung

Wenn ein Interessent ernst macht, kommen viele Detailfragen. Struktur und Tempo helfen Ihnen, die Kontrolle zu behalten.

- ☐ Legen Sie einen geordneten Datenordner an, in dem Sie Dokumente bereitstellen, zum Beispiel Finanzen, Verträge, Personal, Technik.
- ☐ Protokollieren Sie jedes Gespräch. Was wurde gefragt, was wurde zugesagt, welche Unterlagen wurden geteilt.
- ☐ Achten Sie darauf, dass Sie Informationen schrittweise geben, passend zum Fortschritt der Verhandlungen.
- ☐ Klären Sie, ob und wann der Interessent Ihr Unternehmen besuchen darf und wie Sie den Besuch erklären.
- ☐ Prüfen Sie die Finanzierungsfähigkeit des Interessenten, bevor Sie zu tief ins Detail gehen.

7. Vertrag, Zahlung, Übergabe

Am Ende zählen klare Regelungen. Unklare Punkte werden später teuer oder führen zu Konflikten.

- ☐ Lassen Sie den Kaufvertrag rechtlich prüfen. Wichtige Punkte sind Kaufpreis, Zahlung, Zeitpunkt des Übergangs, Haftung, Wettbewerbsverbot, Übergabe von Verträgen.
- ☐ Klären Sie, wie der Kaufpreis gezahlt wird, zum Beispiel sofort, in Raten oder mit einem Teil später, und welche Sicherheiten es gibt.
- ☐ Erstellen Sie einen Übergabeplan. Welche Aufgaben gehen wann über, wer übergibt Kunden, wer übergibt Systeme und Zugriffe.
- ☐ Regeln Sie, ob und wie lange Sie nach dem Verkauf im Unternehmen mitarbeiten, zum Beispiel zur Einarbeitung.
- ☐ Planen Sie die Kommunikation an Kunden, Lieferanten und Mitarbeitende. Wer sagt was, wann und über welchen Kanal.

8. Nach dem Verkauf: Aufräumen und Absicherung

Auch nach der Unterschrift gibt es Pflichten und offene Punkte. Eine saubere Nacharbeit schützt Sie.

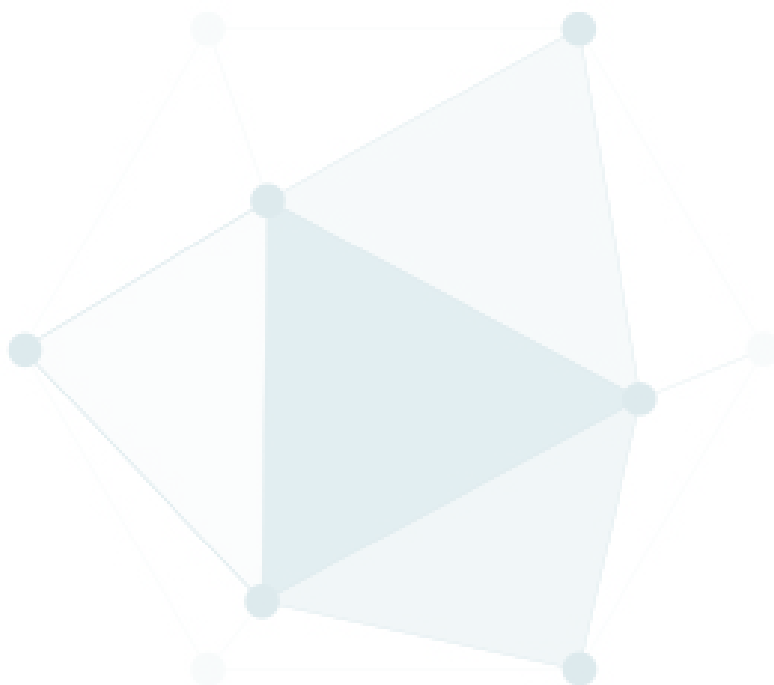
- ☐ Stellen Sie sicher, dass alle Schlüssel, Passwörter, Lizenzen und Zugriffe übergeben oder dokumentiert sind.
- ☐ Klären Sie, welche Unterlagen Sie aufbewahren müssen und wie lange, zum Beispiel Buchführung und Verträge.
- ☐ Sprechen Sie frühzeitig mit Ihrem Steuerberater über die steuerlichen Folgen und Fristen rund um den Verkauf.
- ☐ Prüfen Sie private Themen wie Altersvorsorge, neue Rolle, neue Aufgaben. Ein Verkauf ist auch persönlich ein großer Schritt.

9. Beratung: Wer Sie sinnvoll unterstützt

Sie müssen diesen Prozess nicht alleine tragen. Gute Unterstützung reduziert Fehler und entlastet Sie im Alltag.

- ☐ Steuerberater: für Zahlen, Struktur, steuerliche Folgen und frühe Planung.
- ☐ Rechtsanwalt: für Vertrag, Haftungsfragen und saubere Regelungen.
- ☐ M&A Berater: für die Gesamtsteuerung des Verkaufsprozesses, Vorbereitung, Suche nach passenden Käufern, Verhandlungsführung und Koordination der Beteiligten. Gerade wenn Sie zum ersten Mal verkaufen, sorgt das für Klarheit, Tempo und einen roten Faden.
- ☐ Bank oder Finanzierungspartner: falls der Käufer eine Finanzierung braucht und Sie dafür Unterlagen liefern sollen.

Platz für Notizen



MERCATOGruppe®