

DER M&A-MANAGER

NEWS UND FACHLICHES AUS BERATUNG UND UNTERNEHMENSVERKAUF



Editorial: Liebe Leserinnen und Leser,

HANDELN SIE!

Mit freundlichen Grüßen, Ihr M&A-Manager Team

HANSE Consulting M&A

UNTERNEHMENS(VER)KAUF IST VERTRAUENSACHE.
ERFOLGSORIENTIERT.

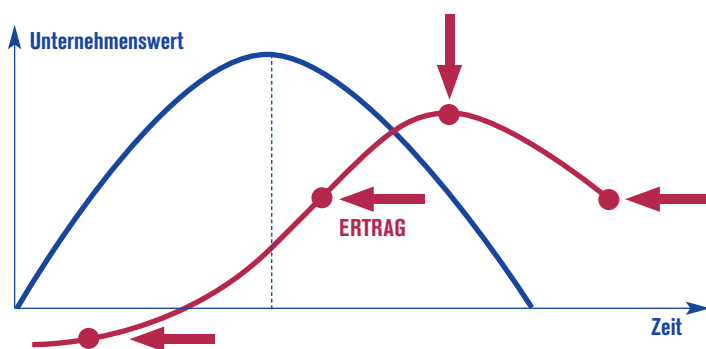
„HÄTT' ICH BLOSS“

WANN IST DER IDEALE VERKAUFSZEITPUNKT?

Unternehmer neigen häufig dazu, die eigene Nachfolge gar nicht, zu spät oder unzureichend zu regeln. Wir zeigen, woran man den besten Zeitpunkt erkennt.

Never catch a falling knife!

Die Auf's und Ab's eines Unternehmerlebens hinterlassen naturgemäß ihre Spuren. Aber gerade wenn man sich dem Ende seines Arbeitslebens nähert, erscheinen Krisen häufig als zu schwerwiegend, um sie noch einmal aus eigener Kraft zu bewältigen. Und dann wird die strategisch schlechteste Entscheidung getroffen: Verkauf!



Wenn's am schönsten ist, ...

Es ist ein weit verbreiteter Irrtum zu glauben, dass Unternehmenswert und Gewinnsituation korrespondieren. Käufer lassen sich von **Geschäftsaussichten begeistern** und zukünftigen Gewinnen. Diese allein sind sie bereit zu bezahlen. Die aktuelle Ertragslage spielt eher eine Rolle bei der Beurteilung, ob man ein gesundes Unternehmen kauft, der Verkaufspreis aber ergibt sich aus der Zukunft des Unternehmens.

Auf und Ab

Unternehmen durchlaufen in ihrer Existenz viele Phasen. Nach der Gründung folgen häufig Phasen starken Wachstums, die im Erreichen des Gewinnmaximums ihr Ende finden, bevor eine Krise Umsatz und Ertrag schrumpfen lassen. Der Unternehmenswert findet sein Maximum, sobald die Ertragsaussichten am höchsten sind, nicht der Ertrag (siehe Grafik). Doch wie erkennt man als Unternehmer, an welchem Punkt des Lebenszyklus sich das Unternehmen befindet?

Keine Seereise ohne Radar

Nur wer sein Unternehmen genau kennt, weiß, wann mit dunklen Wolken am Horizont zu rechnen ist. Oder eben mit Sonnenschein. Ohne vernünftiges Controlling und Realitätssinn müssen Unternehmer stets damit rechnen, den richtigen Zeitpunkt zu verpassen, weil sie ihn nicht erkennen können.

- Füllen sich die Auftragsbücher zunehmend? Steigen Kundenanfragen? Sind die neuen Produkte erfolgreich am Markt eingeführt? Gelang der Schritt ins Ausland? Verkaufen Sie!
- Ein Wettbewerber ist insolvent? Das Patent ist erteilt? Die neue Werkhalle fertig? Verkaufen Sie!
- Ihre Darlehen sind abbezahlt? Ihr großer Rechtsstreit beendet? Verkaufen Sie!



Wer zu lange wartet, die Früchte der Arbeit zu ernten, oder wer zu lange erntet, hat den besten Zeitpunkt für den Verkauf bereits verpasst und muss auf den nächsten Aufschwung warten. Natürlich spielen auch die Konjunktur und die Stimmung an den Finanzmärkten eine Rolle, aber immer gilt: Gut geführte Unternehmen mit realistischen und guten Gewinnprognosen haben stets ihren Käufer gefunden und den Verkäufern einen attraktiven Kaufpreis beschert.

Leichen auf den Friedhof! Und nicht in den Keller!

Neben einer guten Ertragsperspektive sollten auch die organisatorischen, finanziellen und personellen Hausaufgaben gemacht sein. Eine fehlende oder nicht ausreichend qualifizierte zweite Managementebene kann eine Transaktion verhindern oder Preisabschläge mit sich bringen.

Eine unzureichende Organisationsstruktur, ein veraltetes Controlling, schlechte Zahlungsbedingungen: Gehen Sie gezielt und konsequent gegen die Schwächen Ihres Unternehmens vor. Trimmen Sie es für einen möglichen Verkauf.

Auf die Plätze ... fertig ...

Ein Unternehmensverkauf ist wie ein 100m-Lauf. Und den kann man nur gewinnen, wenn man losläuft, sobald die Pistole knallt. Nicht hinterher. Aber auch nicht vorher!



Dipl.-Kfm. Hartmut Hitgen

Geschäftsführer

HANSE Consulting

Hitgen@HanseConsulting.de

„UND WOZU BRAUCHE ICH SIE?“

DER NUTZEN EINES M&A-BERATERS

Wie man Transaktionsberater nutzt und deren Seriösität prüft. Berater kosten Geld. Beim Rechtsanwalt, Steuerberater oder auch Architekten würde niemand bezweifeln, dass das berechtigt ist. Beim Transaktions- bzw. M&A-Berater wird häufig die Frage gestellt: „Wozu?“ oder „Was kostet es?“ gestellt.

Ein Lotse auf Zeit

Einem Verkaufsprozess ist zu eigen, dass er nur einmal in einem unternehmerischen Leben erfolgt und das meistens in der zweiten Lebenshälfte. Was Wunder also, wenn Unternehmerinnen und Unternehmer kaum wissen, wie dieser Prozess abläuft und auf der anderen Seite viele Befürchtungen bestehen, z. B. dass der Wettbewerb von Verkaufsabsichten (zu früh) erfährt.

Für den Transaktionsberater ist die Regelung von Unternehmensnachfolgen dagegen das tägliche Brot. Er kennt den Ablauf, die Tücken und das Timing eines Unternehmensverkaufs, hat aber andererseits mit dem erfolgreichen Verkauf des Unternehmens seinen Auftrag abgeschlossen. Der Einsatz des M&A-Beraters ist somit befristet und damit endlich.

Die anderen Berater des Unternehmens, wie Wirtschaftsprüfer und Steuerberater oder Rechtsanwälte spielen zwar ebenfalls eine sehr wichtige Rolle in einem Verkaufsprozess, sie übernehmen aber typischerweise keine Aufgaben des M&A-Beraters, sondern kommen mit anderen Themen und zu anderen Zeitpunkten in den Verkaufsprozess hinein. Der M&A-Berater ist also eine Ergänzung der anderen Berater, ersetzt sie aber nicht.

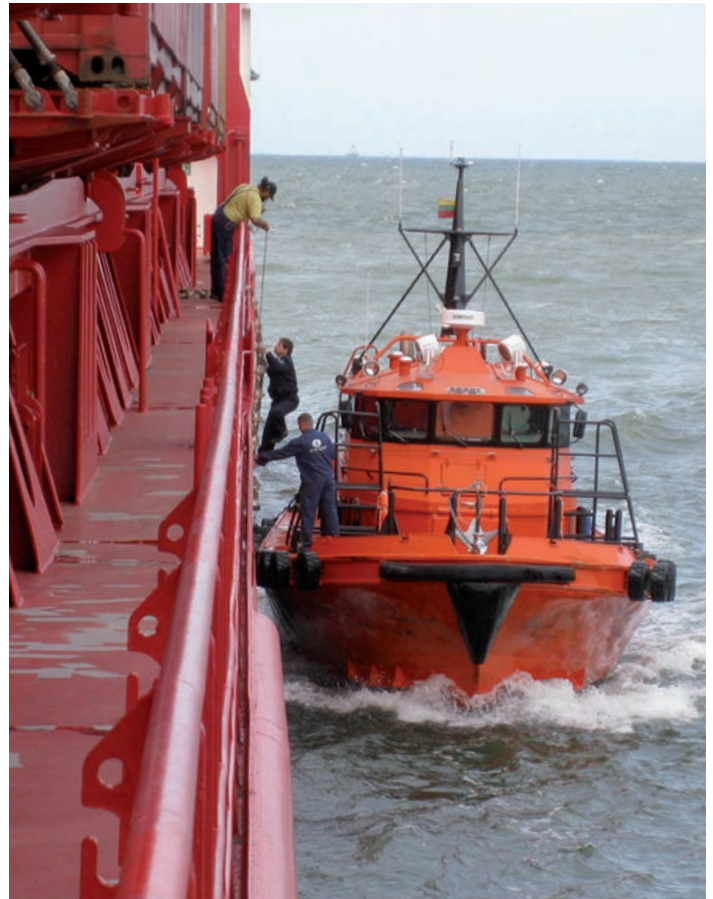
Suchen, Organisieren und Steuern

Eine der wesentlichen Kernfragen eines Verkaufsprozesses lautet, wie an potenzielle Erwerber herankommen und diese möglichst diskret über die Verkaufsabsichten informieren. Zunächst einmal ist offensichtlich, dass das zum Verkauf stehende Unternehmen diese Aufgabenstellung nicht selbst erfüllen kann. Natürlich kann und soll das Unternehmen potenzielle Adressaten beisteuern, die als Investoren in Frage kommen, darüber hinaus den Markt strukturiert zu durchforsten, kann im Regelfall nur ein M&A-Berater mit den entsprechenden Recherchekapazitäten.

Auch die Steuerung des Gesamtprozesses, das Versorgen der Investoren mit abgestuften Informationspaketen, die Vorbereitung von persönlichen Terminen oder das Füllen des Datenraums in der Due Diligence mit Dokumenten ist eine Kernkompetenz des M&A-Beraters und eine enorme Entlastung für die Unternehmensverkäufer.

„Hier kommt Udo“

Während ein Rechtsanwalt zwei Staatsexamina vorweisen und ein Architekt diplomierter Ingenieur sein muss – M&A-Berater kann sich jeder nennen. Leider gibt es zunehmend Marktteilnehmer, die Unternehmen anschreiben und suggerieren, sie hätten einen Interessenten für das angesprochene Unternehmen – obwohl das nicht stimmt.



Der seriöse M&A-Berater ...

- kann persönliche Referenzen nennen.
- hat ein eindeutiges und in Teilen erfolgsabhängiges Honorarmodell.
- nimmt sein Honorar stets nur von seinem Auftraggeber und nicht von der anderen Transaktionspartei.
- spricht potenzielle Unternehmensverkäufer nur an, wenn er auch das Mandat eines Käufers hat.
- hat eine Geschäftsadresse, Räumlichkeiten, einen Internetauftritt.
- wird nie zu einem Erstgespräch einen unterschiftsreifen Beratungsvertrag mitbringen oder seinen potenziellen Mandanten mit Druck zu einer Unterschrift nötigen wollen.
- hält sich an Gepflogenheiten des Geschäftes und stimmt sich stets und eng mit seinen Auftraggebern ab.



Vergleichen Sie

Ein Unternehmen zu verkaufen, ist eine Herzblut-Angelegenheit. Nehmen Sie sich die **Zeit**, den für diese Aufgabe und für Sie **richtigen Berater** auszuwählen. Geld ist wichtig; sich wohl zu fühlen mit dem, was man tut, nicht minder.

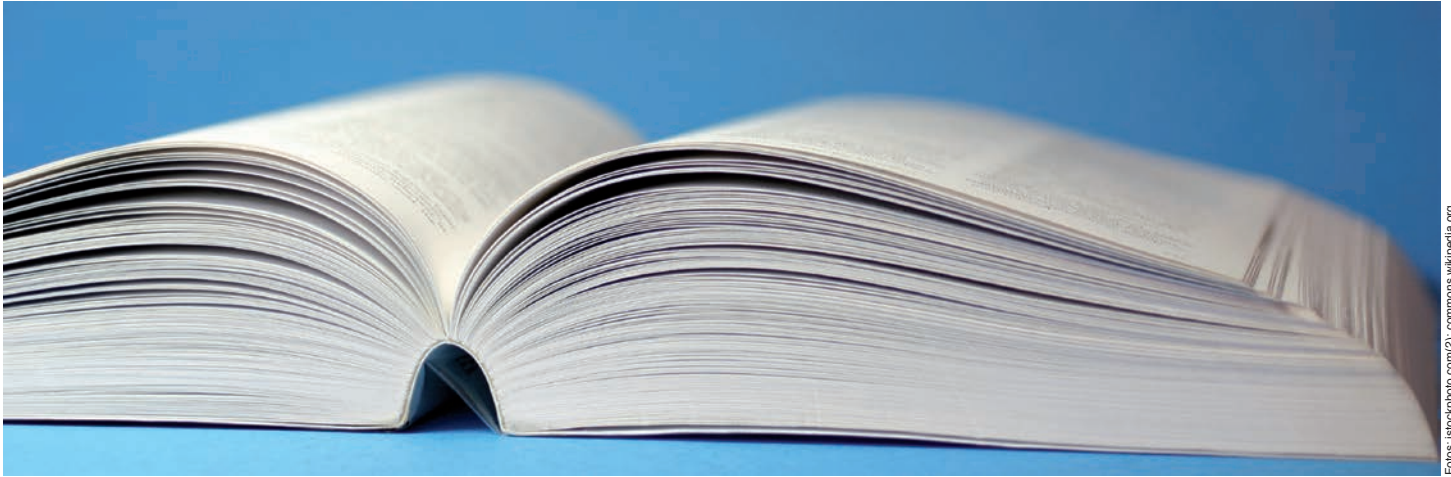


Jens Rosemann

Geschäftsbereichsleiter

Leiter M&A/Corporate Finance

Rosemann@HanseConsulting.de



Fotos: istockphoto.com(2); commons.wikimedia.org

M&A-GLOSSAR

VON PROTECTIVE PROVISIONS BIS SHARE DEAL

PROTECTIVE PROVISIONS

Katalog mit Maßnahmen, zu deren Durchführung ein Unternehmen die Genehmigung der Investoren benötigt.

PUBLIC OFFERING

Öffentliche Platzierung von Aktien über die Börse; im Gegensatz zum →PRIVATE PLACEMENT.

PUT OPTION

Das Recht (nicht Pflicht), einen Geschäftsanteil nach Eintritt vorher definierter Bedingungen zu verkaufen; Gegenteil einer →CALL-OPTION.

REPLACEMENT CAPITAL

Erwerb von Unternehmensanteilen durch Anteilseigner, welche das Unternehmen verlassen wollen.

SECOND ROUND FINANCING

Erneuter Erhalt von Finanzierungsmitteln nach der ersten Finanzierungsrunde **FIRST ROUND FINANCING**.

SECONDARY BUY-OUT

MBO eines MBOs, d. h. die MBO-Manager verkaufen an die nachrückende Managementgeneration; diese Möglichkeit wird oft auch für den →EXIT einer Beteiligungsgesellschaft genutzt.

SECONDARY PURCHASE

Exitvariante →EXIT; eine PE-Gesellschaft verkauft eigene Anteile an einem Unternehmen an eine weitere PE-Gesellschaft bzw. an einen interessierten Investor.

SECONDARY VENTURE CAPITAL

Es werden Portfolios von VC- oder PE-Gesellschaften teilweise oder gänzlich von einem anderen Investor erworben; Ziel ist die Weiterentwicklung und anschließende Veräußerung.

SEED CAPITAL

Finanzielle Unterstützung einer Idee von der Konzeption, über die Entwicklung bis hin zu einem Prototyp; anschließend wird ein Geschäftskonzept für ein neu zu gründendes Unternehmen erarbeitet.

SELLER'S NOTE

Kaufpreisstundung; gewissermaßen ein Verkäuferdarlehen.

SENIOR DEBT

Klassischer Bankkredit, der im Falle von Zahlungsschwierigkeiten des Unternehmens in der Rangfolge vor Eigenkapital und Mezzanine bedient wird.

SHARE DEAL

Erwerb der Geschäftsanteile eines Unternehmens →ASSET DEAL.

IMPRESSUM DER M&A-MANAGER

Ausgabe 9, Oktober 2014

Herausgeber: HANSE Management Consulting GmbH



Jens Rosemann
Geschäftsbereichsleiter
M&A/Corporate Finance
Rosemann@HanseConsulting.de



Hartmut Hitgen
Geschäftsführer
HANSE Consulting
Hitgen@HanseConsulting.de

Büro Hamburg

Fischertwiete 2 – Chilehaus A, 20095 Hamburg
Tel. (040) 32 32 60-0
Fax (040) 32 32 60-27

Büro Düsseldorf

Niederkaßeler Lohweg 18 – Cubus, 40547 Düsseldorf
Tel. (0211) 58 66 65-0
Fax (0211) 58 66 65-55

Büro München

Josephspitalstraße 15 – Stachus, 80331 München
Tel. (089) 20 70 40-210
Fax (089) 20 70 40-450

www.HanseConsulting-MA.de