

Überzeugend besser und leistungsfähiger:

Eine neue Strategie für  
Unternehmenstransaktionen (M&A)



Neu! Lesen Sie:

DAF Deutsches Anleger Fernsehen  
Im Interview mit Peter Degen

[Hier klicken!](#)

Peter Degen: „Wissen, Können und Erfahrung sind die Schlüssel zu erfolgreichen Unternehmenstransaktionen“.

Peter Degen verfügt im Unternehmenstransaktionsbereich über langjährige Erfahrungen in der Durchführung von Unternehmensverkäufen und -ankäufen, MBI-, MBO-, MBL-Transaktionen, Teilveräusserungen von Eigentums- oder Gesellschaftsanteilen, Fusionen, Auktionen und Unternehmensnachfolge - Lösungen. Wichtige Kooperationspartner sind Banken, Steuer- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Anwaltskanzleien und fachspezifische Branchen - Berater.

Basis seiner Tätigkeit bilden ein betriebswirtschaftliches Studium an der Universität Hamburg, langjährige Tätigkeiten im Marketing- und

Finanzbereich für international tätige amerikanische, britische und deutsche Gesellschaften (UNION – CARBIDE, BRITISH AMERICAN TOBACCO, COLGATE -PALMOLIVE) und schliesslich mit Erfolg verantwortlich für den M&A - Bereich der deutschen Niederlassung der seinerzeitigen CHASE MANHATTAN BANK als Vorstandsmitglied.

Die nachfolgenden stichwortartigen Darstellungen stehen exemplarisch für eine Verkaufstransaktion im mittelständischen Unternehmensbereich – dem anzahlmässig weitaus stärksten Sektor im M&A - Bereich. Ankaufstransaktionen folgen einem strukturell vergleichbaren Ablauf.



## (1) Das Basisgespräch beim Unternehmensverkauf.

Unter Wahrung absoluter Vertraulichkeit werden vorgestellt und erörtert:  
Das zu verkaufende Unternehmen. Gründe für den Verkauf. Erläuterung der Besitzverhältnisse. Asset- oder Share – Deal. MBO / MBI. Unternehmensnachfolge und damit verbundene Finanzierungsfragen u. a. staatliche Fördergelder. Mitverkauf von Immobilien, die vom Unternehmen genutzt werden. Unternehmenswertermittlung und Kaufpreisaspekte.

Einbezug leitender Mitarbeiter, Rechts- und Steuerberater. Beachtung spezifischer Aspekte bei Familienunternehmen. Temporärer Verbleib von Eigentümern / Top - Executives im verkauften Unternehmen. Andere wesentliche einzelfallbestimmte Faktoren des Verkaufsprozesses. Ablaufplanung. Zeitaufwand. Terminsituation.



## (2) Leistungs- und Kostenangebot.

Das Leistungsangebot beschreibt detailliert alle Leistungen, die im Rahmen eines Mandates für eine Unternehmenstransaktion erbracht werden. Das Leistungsangebot wird durch ein entsprechendes Kostenangebot ergänzt, dem bei Annahme entsprechende Mandats-, Honorar- und Vertraulichkeitsvereinbarungen folgen.

Grundsätzliche Verrechnung von Arbeitshonoraren mit Erfolgsprovisionen.



(3) Workshop: Informationserfassung und SWOT – Analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).  
Unique Selling Proposition (USP).

Installation eines zweimal halbtägigen Workshops zur Erfassung aller relevanten Daten und Umstände, die die Stellung des zu verkaufenden Unternehmens im Markt bestimmen. Festlegung der Teilnehmer am Workshop. SWOT – Analyse. Umsetzung der Ergebnisse als Basis für die Erstellung des Unternehmens – Informationsmemorandums. USP - Entwicklung.



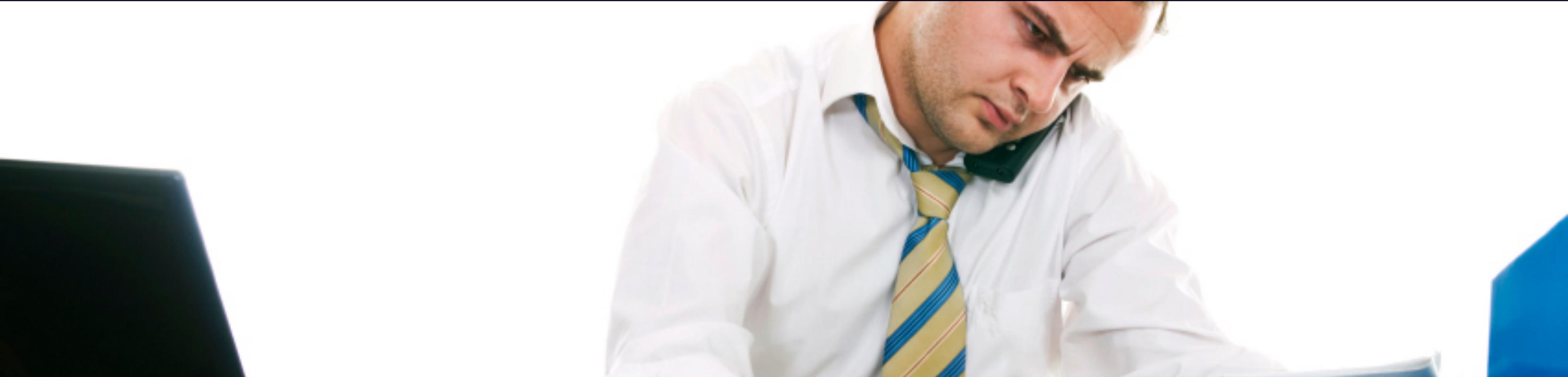
#### (4) Informationsmemorandum und Teaser.

Umsetzung der Resultate eines Workshops in ein verkaufsorientiertes Informationsmemorandum. Ggf. Einschluss der Daten einer schon vorliegenden Unternehmensbewertung. In Einzelfällen bereits Angaben zum Verkaufspreis.

Erstellung einer anonymisierten Kurzform des Memorandums (Teaser). Dient zur Erstinformation potentieller Erwerber.

Laufende Inhaltliche Abstimmung und Korrektur von Informationsmemorandum und Teaser mit dem verkaufenden Unternehmen.

Inhaltliche Gliederung eines Informationsmemorandums ist unter (11) dargestellt.



## (5) Screening potentieller Käufer (Long List).

Die Long List ist eine namentliche Darstellung potentieller Käufer. Sie unterscheidet nach den Merkmalen "Finanzinvestoren" und / oder „Strategische Investoren“. Strategische Investoren sind Unternehmen vor-, nach- oder gleichgelagerter Bereiche, die das zu verkaufende Unternehmen abdeckt (Firmen des Lieferanten-, Wettbewerbs- und des Kundenbereichs). Übernahmen durch Finanzinvestoren verfolgen die Zielsetzung von Exit - Strategien nach erfolgreichem Turn-Around des übernommenen

Unternehmens. Erstellung der Long - List und Ansprache der möglichen Interessenten in Abstimmung mit Mandanten. Versand von textlich anonym gehaltenen Teasern bei Kauf - Interesse. Laufende Kontakthaltung zu Interessenten. Nutzung vorhandener Kontakte zu Unternehmen, Finanzinvestoren und Intermediates (eigene Datenbank).



## (6) Screening potentieller Käufer (Short List).

Fortlaufender Einengungsprozess potentieller Käufer der Long - List auf ernsthafte Kaufinteressenten. Versand des Informationsmemorandums gegen auszutauschende Vertraulichkeitserklärungen. Mögliche Bekanntgabe gegenseitiger Preisvorstellungen. Erster direkter Einbezug von Personen des verkaufenden Unternehmens in den Transaktionsprozess.



## (7) Due - Diligence – Prozess.

Durchführung des Financial- and Legal Due - Diligence Verfahrens durch potentiellen Erwerber: Intensive Prüfung von Ertrags- und Geschäftslage des verkaufenden Unternehmens sowie dinglicher und schuldrechtlicher Rechtspositionen. Check von Investitions-, Ergebnisentwicklungs- und Finanzplanungen.



## (8) Kaufpreisfindungsverfahren, Kaufpreisangebot.

Basis: heute zumeist DCF (Discounted Cash Flow). Problematik der Gewichtungsfaktoren. Aber: Wert eines Unternehmens ist letztlich immer gleich dem Wert, den ein potentieller Erwerber zu zahlen bereit ist.



## (9) Letter of Intent (LOI).

Absichtserklärung der kaufenden Partei zum Erwerb des verkaufenden Unternehmens unter Einschluss der Abgabe eines bindenden Kaufpreisangebotes.



## (10) Abschluss: Kaufvertrag und Beschaffenheitserklärung.

Vertragsgestaltung von Kaufvertrag und Beschaffenheitserklärung.  
Abwicklung unter Einbezug der handelnden Parteien und ihrer jeweiligen kaufmännischen, steuerlichen und juristischen Berater.

## (11) Das Informationsmemorandum.

Das Informationsmemorandum über ein zu verkaufendes Unternehmen folgt in der Regel einem bestimmten Aufbau. Es gliedert sich in:

### Unternehmensdarstellung

Historie, Unternehmensstruktur, Investorenstruktur, Gesellschaftsverträge, HR - Eintragungen, wesentliche Verträge, Geschäftsordnung(en), verbundene Unternehmen, Betriebsstätten, Standorte, Immobilienbesitz und -nutzung, Verbandsmitgliedschaften

### Management, Mitarbeiter, externe Dienstleister

Management, Personalstruktur und -entwicklung, Entlohnungssysteme, Betriebsrat, Gewerkschaften, Organigramm

### Produkte, Dienstleistungen, Technologien

Beschreibungen, technologische Standards, Zertifizierungen, Forschung und Entwicklung, Nachhaltigkeit der Unternehmensleistung  
Gewährleistungen, Produkthaftung, Zulieferer

### Produktion

Beschaffung, Produktionsprozesse, Kapazitätsplanung, Restrukturierungs- und Synergiepotentiale, Qualitätssicherung, Fremdleistungen, Zulieferer

### Markt und Wettbewerb

Relevante Märkte, Marktentwicklungen, Wettbewerbsanalyse, eigene Stellung im Markt, Produkt- und Leistungsabnehmer und -nutzer, Verbraucherverbände

### Marketing und Vertrieb

Marketing- und Vertriebsstrategien, Operative Aktivitäten, Vertriebsprozesse, Logistik

### Finanzen und Planungsbereiche

Bilanzen und G+V - Rechnungen zurückliegender Jahre, lfd. Geschäftsjahr und Planung Jahre 1 bis..., Kennzahlen Finanzbereich, Bankverbindungen/Linien, Planungen Investitionen, Mitarbeiter, Marketing / Vertrieb, Forschung und Entwicklung