



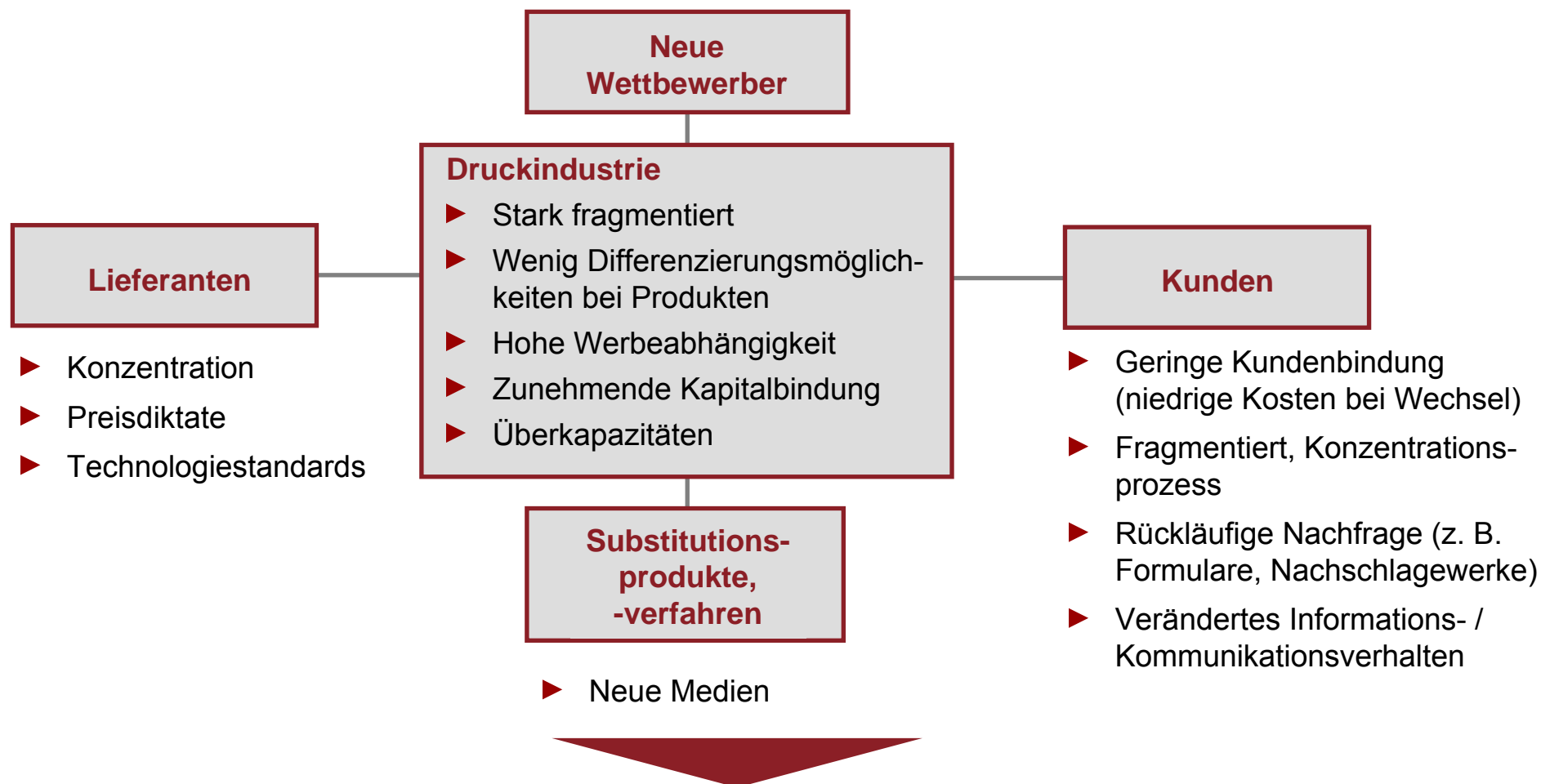
Graphic Consult

Mergers &
Acquisitions
Unternehmensverkauf



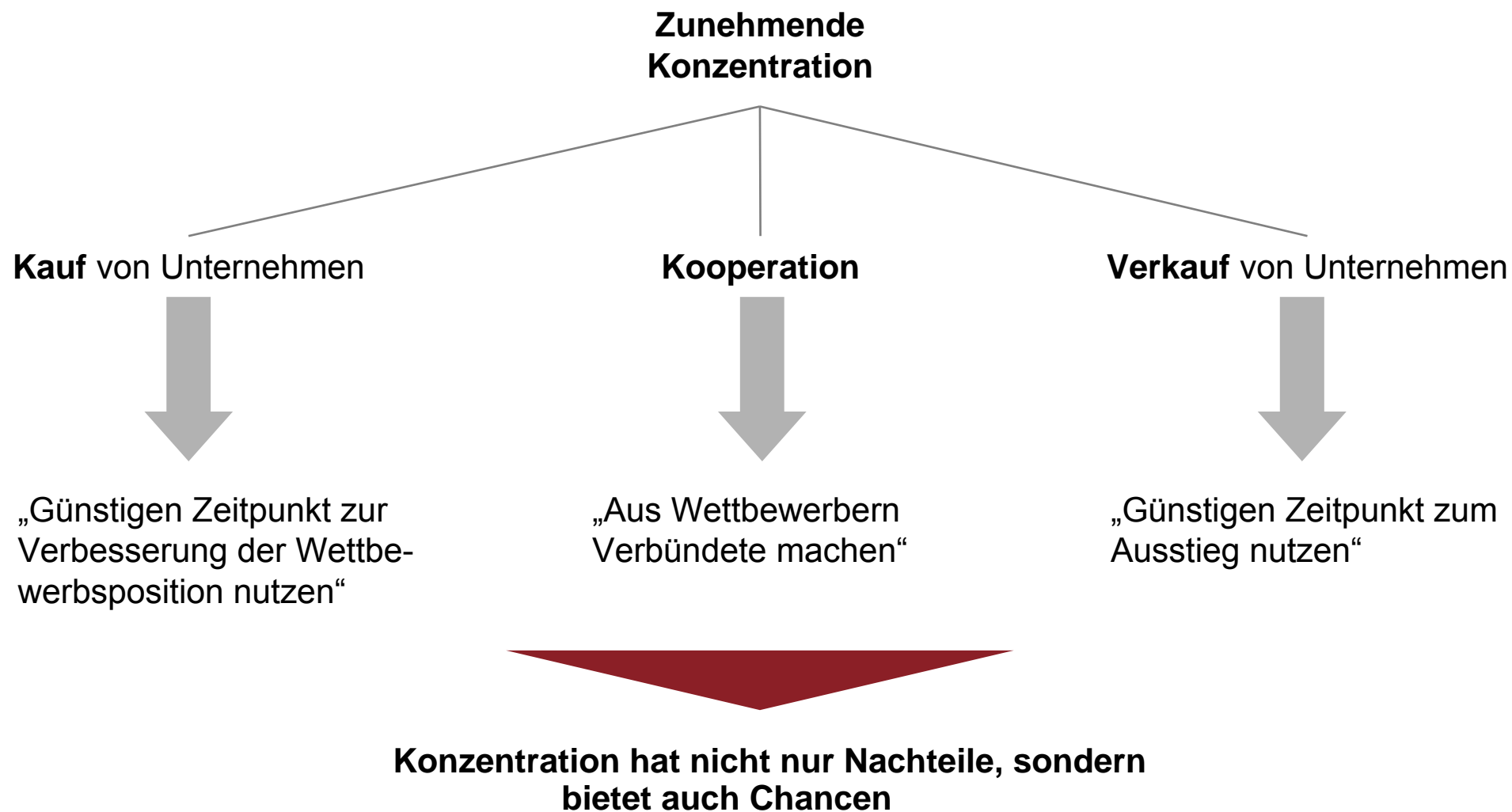
1. Ausgangssituation	Seite	3
2. Grundlagen Unternehmensverkauf	Seite	5
3. Ablauf Unternehmensverkauf	Seite	10
4. Unterstützung durch Berater	Seite	16

2. Druckbranche und -markt



**Weiter zunehmender Verdrängungswettbewerb
Sinkende Renditen durch Preiskampf, Konzentration wird weiter zunehmen**

1. Ausgangssituation



2. Grundlagen Unternehmensverkauf

Grundsatzentscheidung Verkauf

1. Was ist Ihr Unternehmen heute wert?

- ▶ Multiplikatoren
- ▶ Substanzwert
- ▶ Discounted Cashflows / Ertragswertverfahren

2. Was kann Ihr Unternehmen in 5 Jahren wert sein?

- ▶ Wie verändert sich der Markt?
- ▶ Was machen die Wettbewerber?
- ▶ Wie verändert sich dadurch der Unternehmenswert?
→ „Schaffen oder vernichten Sie Wert?“

2. Grundlagen Unternehmensverkauf

Grundsatzentscheidung Verkauf

3. Für wen hat Ihr Unternehmen den höchsten Wert?

- ▶ Strategische Investoren
 - (Neue) Wettbewerber
 - Lieferanten
 - Abnehmer
- ▶ Finanzielle Investoren
 - Unternehmen mit Diversifikationsabsichten / Mischkonzerne
 - Kapitalinvestorengruppen
 - Vermögende Privatpersonen

2. Grundlagen Unternehmensverkauf

Methoden der Unternehmensbewertung

Multiplikatoren

- ▶ Umsatz, Gewinn, Cashflow etc. multipliziert mit „branchenüblichen“ Multiplikatoren → Vergleichbarkeit?
- ▶ Vergangenheitsbezogen



- Grober Wert
- Nur zur Plausibilitätsprüfung geeignet

Substanzwert

- ▶ Theoretischer „Rekonstruktionswert“ („grüne Wiese“)
- ▶ Keine Berücksichtigung von „Goodwill“ (Know-how, Kundenbeziehungen o. Ä.)
- ▶ Wert der Aktiva – Wert der Verbindlichkeiten / Rückstellungen, d. h. Wert des bilanziellen Eigenkapitals + stille Reserven
- ▶ Vergangenheitsbezogen



- In der Regel als Wertuntergrenze geeignet

Discounted Cashflows bzw. Ertragswert

- ▶ Summe des künftigen, abgezinste Cashflows → zukunftsbezogen
- ▶ „Was erwirtschaftet das Unternehmen in der Zukunft?“
- ▶ Voraussetzung für Bewertung: Business-Plan für die nächsten 3 - 5 Jahre

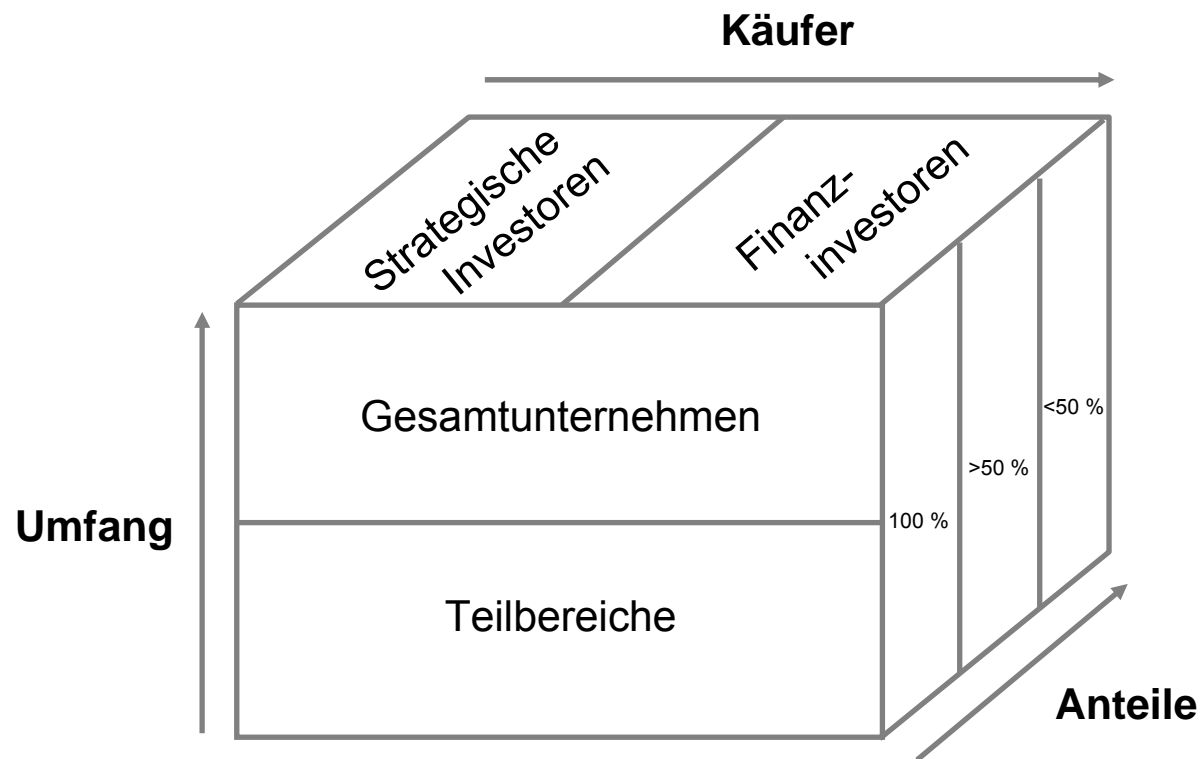


- „Fairste“ Unternehmensbewertung
- Hoher Aufwand erforderlich

2. Grundlagen Unternehmensverkauf



Varianten des Unternehmensverkaufs



2. Grundlagen Unternehmensverkauf

Gründe für einen Unternehmensverkauf

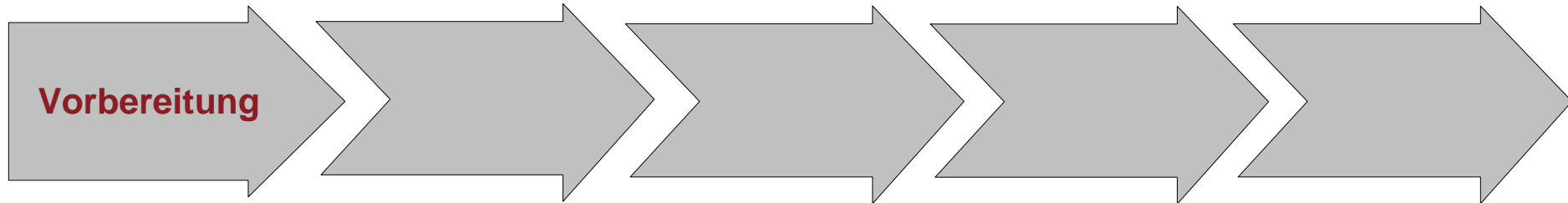
- ▶ Konzentration der Industrie („Markt bricht weg“)
→ Verringerung des Unternehmenswertes im Zeitablauf
- ▶ Kritische Größe und / oder Umstellung auf neue Technologien kann alleine nicht finanziert werden
- ▶ Nachfolgeregelung
- ▶ Heute erzielbarer Verkaufspreis ist höher als Barwert künftiger Gewinne
- ▶ Konzentration auf Kernbereiche (bei Verkauf von Teilbereichen)
- ▶ Verbesserung der Eigenkapitalquote (bei Verkauf von Anteilen)

3. Ablauf Unternehmensverkauf



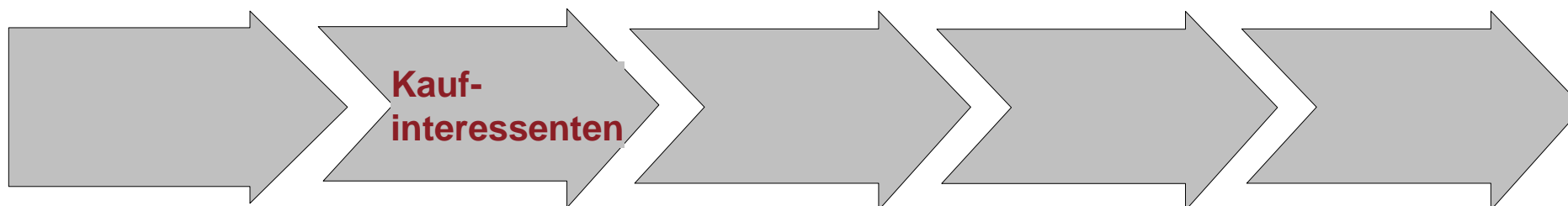
- ▶ Mehrstufiger Prozess
- ▶ Zeitbedarf 3 bis 8 Monate
- ▶ Professionelles Projektmanagement erforderlich

3. Ablauf Unternehmensverkauf



- ▶ „Die Braut schmücken“
 - Kostenoptimierungsprogramm durchführen (100-Tage-Konzept)
 - Business-Plan erstellen
- ▶ Verkaufsprospekt erstellen
 - Executive Summary
 - Geschichte des Unternehmens
 - Unternehmensbeschreibung / Organisation
 - Markt und Wettbewerb
 - Produkte / Kunden
 - Finanzdaten
- ▶ Grobermittlung Verkaufspreis

3. Ablauf Unternehmensverkauf



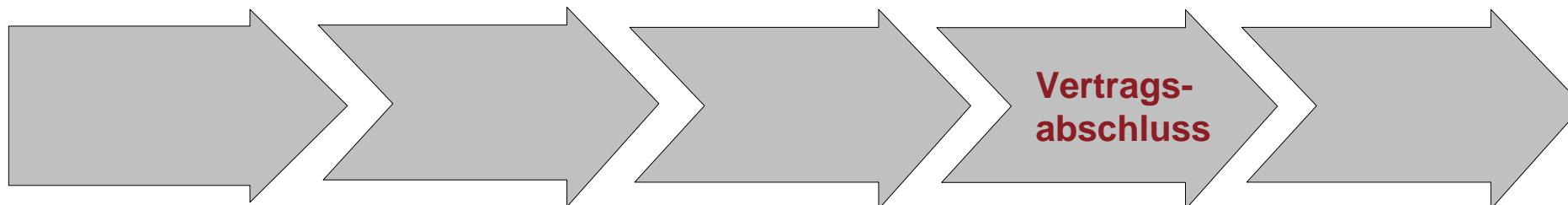
- ▶ Identifikation potenzieller Käufer („long list“)
 - Wettbewerber
 - Lieferanten
 - Abnehmer
 - Finanz-Investor
- ▶ Priorisierung („short list“)
- ▶ Ansprache nach Priorität
- ▶ Vertraulichkeitserklärung
- ▶ Übermittlung Verkaufsprospekt
- ▶ Nachfassen
- ▶ Endgültige Liste erstellen
- ▶ Detaillierte Informationen über Kandidaten einholen
- ▶ Vereinbarung Erstgespräche

3. Ablauf Unternehmensverkauf



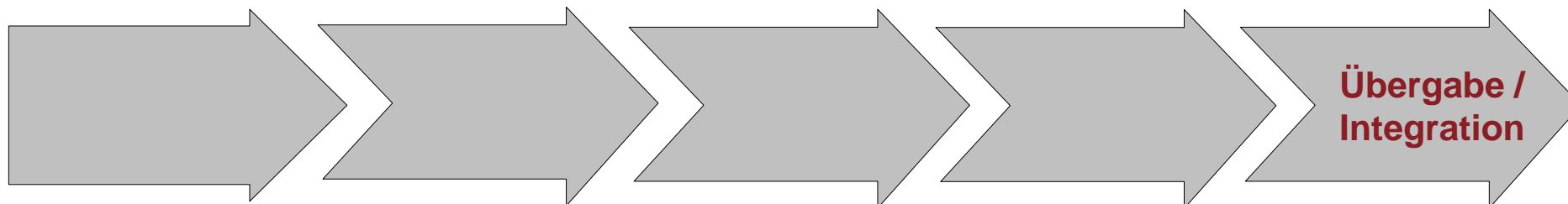
- ▶ Kandidatenspezifische Verhandlungstaktik vorbereiten
- ▶ Erstgespräche
- ▶ Aufbereitung zusätzlich angeforderter Informationen
- ▶ Begleitung bei Gesprächen / Besichtigungen
- ▶ Ermittlung Übernahmekonditionen (Preis, Umfang, Zeitplan, ...)
- ▶ Erste Auswahl
- ▶ Letter of intent
- ▶ Due Diligence der Kaufinteressenten
- ▶ Endgültige Unternehmensbewertung / Übernahmekonditionen
- ▶ Endgültige Auswahl Kaufinteressent

3. Ablauf Unternehmensverkauf



- ▶ Gemeinsames Treffen mit Anwälten
- ▶ Erster Vertragsentwurf
- ▶ Vertragsverhandlungen (mehrere Runden)
- ▶ Falls erforderlich, Abstimmung mit Banken (Finanzierung / Bonität)
- ▶ Abschluss

3. Ablauf Unternehmensverkauf



- ▶ Erstellung Master-Plan zur Übergabe
 - Schritte
 - Timing
 - Verantwortliche
- ▶ Öffentlichkeitsarbeit

4. Unterstützung durch Berater

Was spricht für die Beteiligung eines Unternehmensberaters?

- ▶ Unternehmensverkauf gehört nicht zum Tagesgeschäft
- ▶ Berater haben Spezialwissen und Erfahrung aus mehreren Projekten (z. B. Unternehmensbewertung, Prozessmanagement)
- ▶ Berater haben Kontakte zu Kaufinteressenten
- ▶ Zeitverkürzung durch Einsatz externer Ressourcen
- ▶ Berater agieren als „Sparringpartner“ → Ausloten von Schwachpunkten **vor** Verhandlungen
- ▶ Diskrete Kontaktaufnahme durch Berater
- ▶ Komplexes Projekt erfordert Projektmanagement
- ▶ Koordination beteiligter Spezialisten



Vorteile für den Kunden

- ▶ Größere Auswahl an potenziellen Käufern
- ▶ Erzielung eines realistischen Kaufpreises
- ▶ Geringerer Zeitbedarf

4. Unterstützung durch Berater

Was spricht für GC Graphic Consult?

- ▶ Betreuung aus einer Hand
 - Vorbereitung (100 Tage)
 - Verkauf
- ▶ Branchenerfahrung sowie entsprechende Kontakte
- ▶ Kontakte zu Spezialisten
 - Anwälte
 - Steuerberater
 - M&A-Firmen
- ▶ Erfahrung in der Abwicklung von Unternehmensverkäufen