

CAPITALMIND OUTLOOK

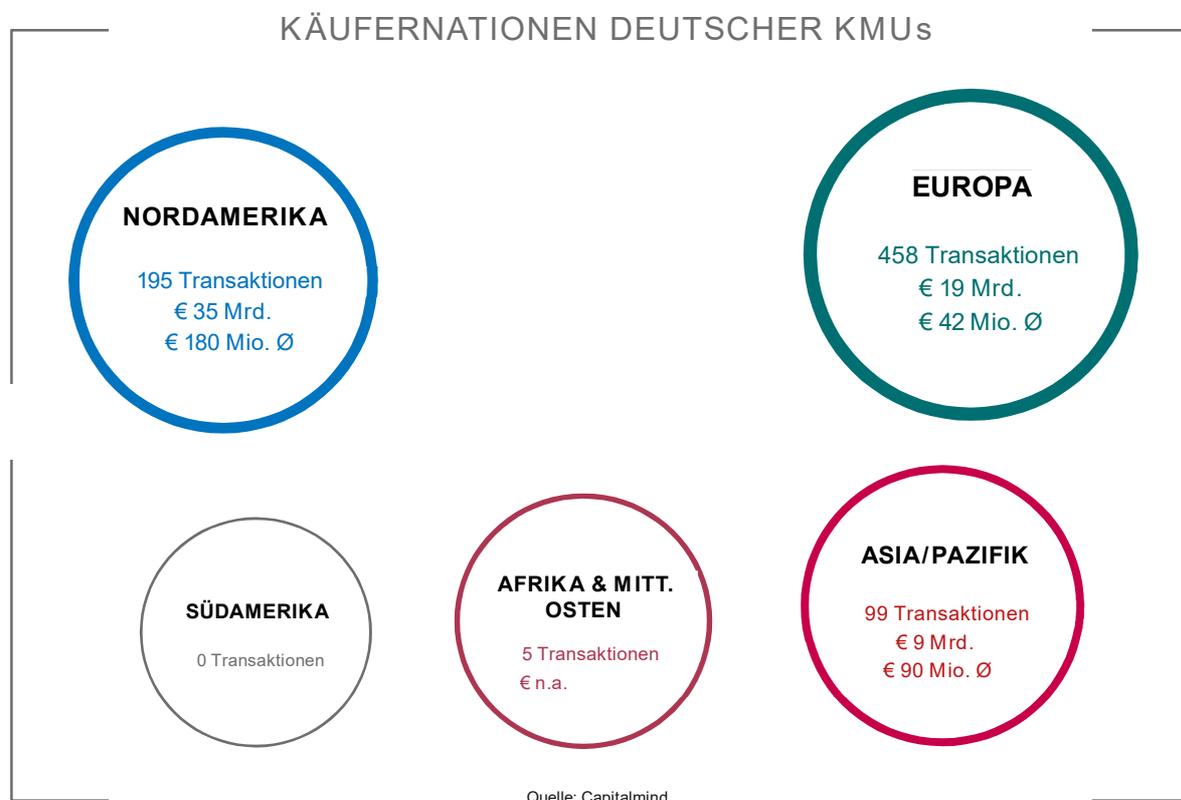
Mai 2021

**THE PERFECT MATCH –
DEN WUNSCHGESELL-
SCHAFTER FINDEN**



Die Liste potenzieller Käufer für deutsche KMUs besteht aus sehr unterschiedlichen Investorentypen und Nationalitäten. Das stellt hohe Anforderungen an die Prozessgestaltung, die Positionierung und die Verhandlungsführung.

Deutsche KMUs sind im Rahmen der international zu beobachtenden Konsolidierung vieler Branchen sehr gefragt. Jährlich wechseln hierzulande über 1.000 KMUs den Besitzer. Dabei beträgt der Kaufpreis derzeit durchschnittlich das Zehnfache des Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA). In diesem immer professionelleren Markt für Beteiligungen steht heute eine große Zahl potenzieller Käufer bereit – vor allem aus dem Ausland. Über 750 deutsche Unternehmen wurden 2019 von ausländischen Käufern erworben. Der Großteil der Käufer aus Übersee stammt aus den USA (131) und China (39). Aber auch Indien, Japan und die ASEAN-Staaten gewinnen an Bedeutung.



Neben internationalen Käufern spielen Finanzinvestoren und Family Offices als Transaktionspartner eine immer größere Rolle. Auf sie entfielen im Jahr 2019 520 Unternehmenskäufe. Rein finanzielle Motive sind dabei selten geworden. Oft werden sogenannte sektorale Buy-and-Build-Konzepte umgesetzt, in deren Rahmen lokale Marktführer durch Zukäufe, Integration, Digitalisierung und vor allem Internationalisierung entstehen.

Für transaktionsinteressierte und -willige deutsche KMUs stellt sich daher berechtigterweise die Frage, welcher Investorentyp für sie ideal sein könnten und welche Besonderheiten zu beachten sind. Nachfolgend möchten wir Ihnen einen kurzen Überblick geben.

INTERESSE VON FINANZINVESTOREN WECKEN



Die Beteiligung eines Finanzinvestors bietet sich vor allem bei Unternehmen bestimmter Größenordnungen, besonderer Interessenlage der Eigentümer oder attraktiver Wachstumsaussichten an. Diese Investoren zahlen attraktive Preise, die zum Teil deutlich über denen industrieller Bieter liegen. Zudem bieten sie für das Management und das Unternehmen oft eine hervorragende Perspektive, um das Unternehmen weiterzuentwickeln. Aus diesem Grund kann auch ein Verkauf eines Minderheitsanteils lohnenswert sein.

Für eine erfolgreiche Transaktion ist es sinnvoll, sich bei ausgewählten Investoren gut vorbereitet und frühzeitig bekanntzumachen und Perspektiven der Zusammenarbeit zu entwickeln – ohne sich allerdings in bilaterale Verhandlungen ziehen zu lassen. Dadurch gewinnt der Investor Vertrauen in die Performance und zum Management, was sich später im Prozess positiv auswirkt.

ASIATISCHE BESONDERHEITEN



Insbesondere in den Industrietechnologiebranchen bei Transaktionen mit Umsätzen ab € 50 Mio. sind regelmäßig auch potenzielle Erwerber aus China anzutreffen. Sie einzubinden ist eine Herausforderung und verlangt Fingerspitzengefühl. Die Ansprache sollte frühzeitig vor Beginn des eigentlichen Bieterverfahrens lokal auf Ebene der Entscheider in Chinesisch erfolgen. Besuche, bei denen sich Verkäufer und Käufer kennenlernen und in denen Beziehungen aufgebaut werden, sind empfehlenswert. Chinesen bevorzugen eine lange Vorverhandlungsphase.

Sinnvoll ist es, sich auf Käufer zu konzentrieren, die nachweislich M&A-Erfahrung vorweisen können – idealerweise im Ausland. Staatskonzerne sind als Transaktionspartner komplex im Umgang.

Im Prozess sollte der Verkäufer verbindlich, höflich, aber bestimmt sowie mit klaren und früh kommunizierten Deadlines agieren. Wer den richtigen Investor findet und eine vertrauensvolle Beziehung aufgebaut hat, kann sehr schnell und flexibel agieren und bekommt mit chinesischen Käufern oft einen für den deutschen Mittelständler guten Partner.

SELBSTBEWUSST GEGENÜBER STRATEGEN



Börsennotierte internationale Konzerne können als Transaktionspartner eine gute Wahl sein. Diese Käufer sind aufgrund ihrer Börsennotierung in der Regel angelsächsisch geprägt. Sie treten mit großen Teams auf, die durch eine M&A-Abteilung gemanagt werden, und agieren schematisch und aufgrund eigener Compliance-Vorgaben oft sehr prozessverhaftet. Konzerne erwarten nach Ansprache ein straffes Prozedere und sollten daher erst angesprochen werden, wenn das Bieterverfahren startet.

Verkäufer müssen im Umgang mit diesem Käufertyp selbstbewusst auftreten und gut vorbereitet sein, sonst geraten sie schnell in die Defensive. Für Mittelständler, die i.d.R. teils weniger tief und umfangreich organisiert sind, stellen die Anforderungen von Großkonzernen immer wieder besondere Herausforderungen dar. Es müssen laufend kreative Lösungen gefunden werden, um zum Erfolg zu kommen.

PROFESSIONELLE UND INDIVIDUELLE VERMARKTUNG



Aufgrund der Diversität des Käuferuniversums und des notwendigen Vorbereitungsgrads sollte ein Vermarktungsprozess spätestens ein Jahr vor dem anvisierten Transaktionstermin gestartet werden. Dabei ist es wichtig, dass Verkäufer das Heft des Handelns in der Hand behalten und Alternativen haben.

Das verlangt nach einer professionellen und individuellen Vermarktung. Standardprozesse versagen heute regelmäßig. Notwendig sind stattdessen eine passende Marketingstrategie und aussagekräftige, modulare Vermarktungsunterlagen, die eine attraktive Equity Story mit einem gut vorbereiteten Zahlenwerk unterlegen. Nur so kann der Prozess sowohl zeitlich und inhaltlich als auch verhandlungstaktisch auf die einzelnen Zielgruppen optimal abgestimmt und das beste Ergebnis erzielt werden.

Capitalmind ist ein globales Beratungsunternehmen für Unternehmenstransaktionen, das seinen Kunden ermöglicht, Unternehmen zu den besten Konditionen zu veräußern, zu kaufen und zu finanzieren.

Wir sind ehrgeizige Denker, die eine Kultur, gemeinsame Werte und einen Unternehmergeist teilen. Wir investieren Erhebliches, um Ihr Business gründlich zu verstehen, und sind entschlossen, Ihre Geschäfte zu großem Erfolg zu führen – ganz gleich, was passiert!