

ALLERTS THEMEN

NR. 2:
UNTERNEHMENSVERKAUF
IM MITTELSTAND

*Denkweisen, Prozesse,
Verhandlungen – worauf
kommt es an?*

[WHITE PAPER

ZWECK DIESES WHITE PAPERS

Ein White Paper ist ein Dokument, das in einer flüssigen Sprache ohne Marketingballast hochspezifische Themen behandelt: als (Fall-)Studie, Anwenderbeschreibung, Analyse oder Marktforschung. Von konventionellen Werbeformaten unterscheiden sich White Papers nicht nur durch ihren Umfang, sondern auch durch ihren konkreten Nutzwert. Der Leser benötigt in einer bestimmten Situation eine Problemlösung. Diese Erwartungshaltung sollte ein White Paper erfüllen.

Es ist Allert & Co. ein Anliegen, unsere Sichtweise auf bestimmte Sachverhalte so klar zum Ausdruck zu bringen, dass einerseits der Leser den oben beschriebenen Nutzwert hat und andererseits, z. B. im Vorfeld einer Mandatierung, ein potenzieller Mandant unsere Denk- und Sichtweise erkennt. Somit werden gegenseitige Erwartungshaltungen klar definiert und die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit gelegt.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

[GLIEDERUNG

<i>Präambel</i>	06
<i>Mögliche Gründe für den Unternehmensverkauf</i>	07
<i>Mögliche Käufergruppen</i>	07
<i>Der Prozessablauf</i>	09
<i>Wertschöpfungskette</i>	09
<i>Zahlungsströme</i>	09
<i>Materielle und immaterielle Unternehmenswerte</i>	10
<i>Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken</i>	10
<i>Memorandum</i>	11
<i>Unternehmensbewertung</i>	11
<i>Kaufinteressenten</i>	11
<i>Ansprache von Interessenten</i>	12
<i>Geheimhaltung</i>	13
<i>Managementpräsentation</i>	14
<i>Due Diligence-Unternehmensprüfung</i>	15
<i>Verbindliches Angebot und Finanzierungsfähigkeit</i>	16
<i>Bestätigende Due Diligence</i>	17
<i>Vertragsverhandlungen</i>	17
<i>Vertragsabschluss</i>	18
<i>Fazit</i>	19

[PRÄAMBEL

Ein Unternehmensverkauf ist in der Regel eine Transaktion, die einmal im Leben eines mittelständischen Unternehmers vorkommt.

Dieses White Paper zum Thema Unternehmensverkauf soll eine erste Hilfe beim Schließen der Erfahrungslücke darstellen, die zweifelsfrei entstehen muss, wenn man einen Vorgang nur einmal im Leben durchführt und nicht auf bereits getätigte erfolgreiche Erfahrungen zurückgreifen kann.

Diese Lücke kann auf Basis der Erfahrung aus einer Vielzahl von erfolgreichen Unternehmenstransaktionen geschlossen werden. Wohlgemerkt beruhen sowohl die Art als auch der Inhalt der nun folgenden Ausführungen auf der wertorientierten Philosophie von Allert & Co.

Sie hebt im Wesentlichen auf mittelständische Unternehmen in der Umsatzgrößenklasse zwischen 10 Mio. Euro und 100 Mio. Euro ab, die in den meisten Fällen von Inhabern geführt und geprägt sind.