

ALLERTS THEMEN

Nr. 3:

WAS SIND WERTORIENTIERTE
UNTERNEHMENSTRANSAKTIONEN?

*Perspektiven, die über den
Discounted Cashflow hinausgehen.*

[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>Begriffsdefinition Wertorientierung</i>	<i>07</i>
<i>Was zeichnet wertorientierte Unternehmens- transaktionen aus?</i>	<i>08</i>
<i>Wodurch unterscheiden sich wertorientierte gegenüber „normalen“ Unternehmenstransaktionen?</i>	<i>12</i>
<i>Das Beispiel des Kölner Doms</i>	<i>19</i>
<i>Zusammenfassung und Fazit</i>	<i>22</i>
<i>Literatur</i>	<i>23</i>

ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT

Wertorientierte Unternehmenstransaktionen betrachten das multidimensionale System „Unternehmen“ als ein Ganzes, das sich in einen monetären, Cashflow-orientierten Teil und einen nicht-monetären Wert unterteilen lässt: Die nicht-monetären Werte lassen sich zwar durchaus messen und in Benchmarks vergleichen. Weil es aber hierfür derzeit keine einfache Umrechnungstabelle gibt, sind sie nicht eindeutig und objektiv in monetäre Werte umzurechnen. Dennoch ist es gerade die Kombination dieser beiden Teile, die den Mehrwert darstellt, den ein Best Buyer erkennt und wertschätzt. Diesem Konzept der wertorientierten Unternehmenstransaktion folgend, richten wir all unser Handeln an diesem Gedanken aus. Gerade in schwierigen Verkaufs- und Verhandlungssituationen gelingt es oftmals, diese Sichtweise einzubringen und eine Transaktion zu ermöglichen, die einerseits den Wert für den verkaufenden Unternehmer reflektiert und andererseits eine Struktur aufweist, die der langfristigen Existenzsicherung des Unternehmens zuträglich ist.

Aus all diesen Gründen ist in der wertorientierten Unternehmenstransaktion der Best Buyer – und das ist wohl der wesentliche Unterschied – nicht notwendigerweise derjenige, der „am meisten bezahlt“. Sondern eben derjenige, der die zum Verkauf stehenden Unternehmensanteile in ihrer Mehrdimensionalität betrachtet – und dadurch schlussendlich auch mehr Potenziale erkennen und realisieren wird.