



International

Bestands- und Unternehmens(ver)kauf

unter den Aspekten

**Profitabilität (für Verkäufer und Käufer) ,
systematische Nachfolgeplanung und
Werthaltigkeit**

International

Agenda

- Dr. Adams & Associates – Unternehmensprofil
- Marktanalyse und Marktentwicklung
- Dienstleistungsspektrum
 - Beratungsmodule
 - Vermittlungsdienstleistung
- Preisbildungssystematik
 - 1. Schritt: Generierung Unternehmens-/Bestandsprofil
 - 2. Schritt: Rentabilitäts-/Sensitivitätsanalyse
 - Analysebeispiel Preisbildungssystematik
- Zusammenfassung

Dr. Adams & Associates – Unternehmensprofil

Management CV

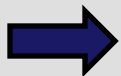
- Gesellschafter/ GF - Dr. Stefan G. Adams
- Gründung 2001 als Dr. Adams & Partner GBR
- Studium und Promotion in Volkswirtschaftslehre an der Universität Karlsruhe
- Führungsfunktionen im Vertrieb bei Allianz und AXA Colonia
- Vorstand Alte Leipziger/Hallesche danach Vorstand Hamburg -Mannheimer Vers. AG, jeweils Ressort Vertrieb und Marketing, Ausland.
- Vorstandsfunktion mit Aufsichtsratsmandate der jeweiligen osteuropäischen und westeuropäischen Niederlassungen der Versicherungsgruppen.

Dr. Adams & Associates agiert als Unternehmensmakler/ - Berater

- Beratung u. Vermittlung bzgl. Bestands- u. Unternehmenstransaktionen von Versicherungsmaklern
- Mitarbeiter: 7 Mitarbeiter - 3 Berater , 4 Research/ Backoffice

Marktanalyse und Marktentwicklung

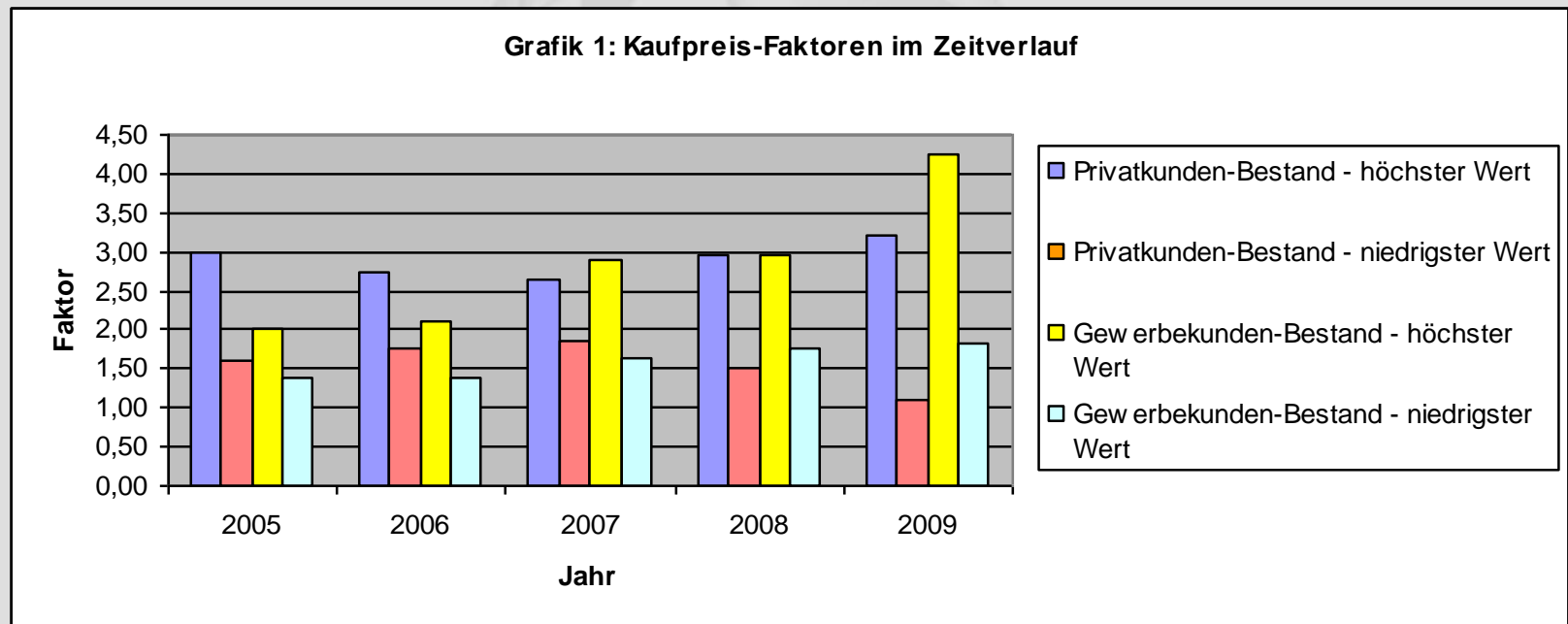
- Funktionierender Markt im klassischen volkswirtschaftlichen Sinne nicht vorhanden :
 - hohe Anforderungen an die **Vertraulichkeit beim Verkäufer**
 - kein offenes Angebot
 - keine Markttransparenz
- Aktuell Verkäufermarkt wg. **signifikantem Nachfrageüberhang**- aber der Markt verändert sich :
 - Alterspyramide in Deutschland : **Anzahl der „Altersnachfolgeplanungen“ steigt**
 - Käuferseite **meist etablierte Unternehmen** mit - mit spezifischen Anforderungsprofilen an Kaufobjekte (Zielgruppe, Amortisationsdauer, etc.)
- Kaufpreisentwicklung - ohne polit. Einflussfaktoren („**Honorarberatung**“, **AP-Reduktion**,...))
 - einerseits **steigendes Angebot** wg. Alterspyramide
 - andererseits **steigende Nachfrage** wg. kritischer Unternehmensgrößen
 - Verkauf zunehmend qualitativ **besser aufgestellter Unternehmen**
 - **steigende Nachfrage etablierter Käufer**, die Kostendegressionseffekte und Cross-Selling-Effekte besser nutzen können.



Prognose: Parallelität der Entwicklungen führt zu stabilen oder steigenden Preisen.

▪ Kaufpreisentwicklung im Rückblick 2005 - 2009:

- **Vermittlerrichtlinie und erhöhte Beratungshaftung** führten 2006/2007 auf der Angebotsseite zu einer **Vielzahl von Kaufoptionen** von nicht dauerhaft überlebensfähigen Klein- und Nebenberufsmaklern (Courtagen p.a. T€ 20 bis T€ 50)
- Markt war bereits ab zweitem Halbjahr 2008 nicht mehr vorhanden
- **Zielgruppenmakler** erzielten i. d. R. höhere Kaufpreiskoeffizienten
- Kaufpreiskoeffizienten **sinken** mit wachsendem „Krafftfahrt-Anteil“



Dienstleistungsspektrum

▪ **Beratungsmodule**

- **Umsetzungsbegleitung beim Verkaufsprozess**
 - Käufer und Verkäufer **kennen sich bereits** und suchen professionellen Beistand
- **Restrukturierungsberatung 2 – 5 Jahre vor Verkauf**
 - Bestandsbewertung/Unternehmensbewertung
 - Analyse der IST-Situation / Vergleich zu Wettbewerbern
 - Handlungsempfehlung bzgl. Sachkosten, Personalkosten, IT, Courtagen, Produktgeber, Bestandsstruktur, Rechtsform, etc.
- **Bewertungsgutachten (Verhandlungs-/Finanzierungsunterlage – 10/ 20 seitiger Report)**
 - Bestandskennzahlen, Bilanzkennzahlen
 - Zielgruppenanalyse
 - Wettbewerbssituation
 - Soziodemographische Daten
 - Kundenbonitäten, etc.....

▪ Vermittlungsdienstleistung

- Strukturierung /Abstimmung des Verkaufsprocedere mit dem Verkäufer (**Harte und weiche Präferenzen des Verkäufers** wie Zeitpunkt, Zahlungsmodus, Mitarbeit, Verkaufsobjekt, NoGos, etc.)
- Generierung des **Unternehmensprofils** mit dem Verkäufer
- Vorselektion von potentiellen Käufern bei **Anonymitätswahrung** des Verkäufers:
 - Kompatibilität der Unternehmensausrichtung
 - Unternehmensgröße, Zielgruppe, Region, Mitarbeiter, IT, Bonität, etc.
 - Präferenzen des Verkäufers (harte und weiche Vorgaben)
- **Rentabilitätsbetrachtung** und Sensitivitätsanalyse aus Sicht potentieller Käufer
- Zusammenführung **kompatibler** Verkäufer /Käufer:
 - Gesprächsmoderation und Mediation/Umsetzungsberatung bis zum Abschluss
- **Finanzierungsvermittlung**
 - institutionelle und private Finanzierungsoptionen für Bestands- oder Unternehmenskäufe (**auch ohne weitere Dienstleistungen darstellbar**)

Preisbildungssystematik

1. Schritt: Generierung des Unternehmens-/Bestandsprofils

- **Analyse des Versicherungsbestandes**
 - harte und weiche Faktoren /Werthaltigkeit des Assets
 - Darstellung der immanenten Chancen und Risiken
- **Analyse des Personal- und des Sachkostenbereichs**
 - Restrukturierungspotential
- **Analyse der Neugeschäftskennzahlen**
 - quantitativ und qualitativ

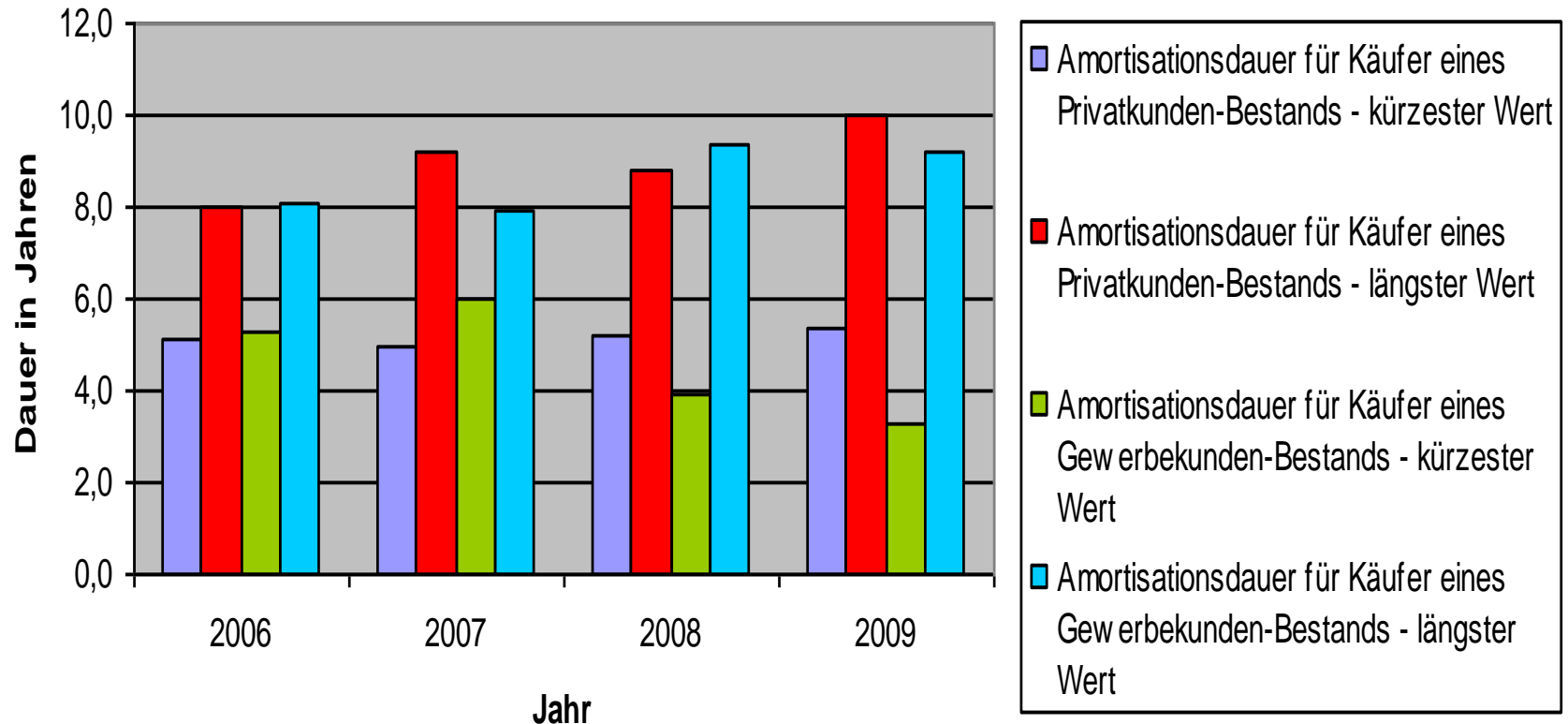
2. Schritt: Rentabilitäts- und Sensitivitätsanalyse

- **Bewertung vorhandener Courtageeinnahmen oder des EBIT**
 - marktgängige Faktoren führen zu theoretischem Kaufpreis

- **Sensitivitätsanalyse** bezüglich
 - der **Eigenkapitalrentabilität** für potentielle Käufer
 - der **Amortisationsdauer** für potentielle Käufer
 - Identifikation möglicher Rentabilitätstreiber für Käufer via Szenarioanalyse

International

Grafik 2: Amortisationsdauer



Zusammenfassung

- Markttransparenz niedrig - schwierige Zusammenführung von **kompatiblen** Angebot und Nachfrage .
- Verkäufe zunehmend von „etablierten“ Maklerunternehmen (**Altersnachfolge**) .
- Preisentwicklung stabil / leicht steigend u.a. wg. **qualitativem Niveau** der Verkaufsobjekte
- Relevanz des KP - Faktors wird bei Käufern überschätzt: „Renditetreiber“ für Käufer sind
 - **Sach- / Personalkosteneinsparpotential**
 - Cross-Selling Potentiale
 - Abschreibungspotential
 - Fremdfinanzierungsoptionen und Zahlungsmodalitäten.

Fazit : Ein geplanter und strukturiert durchgeführter Bestands-/Unternehmens(ver)kauf beinhaltet für Verkäufer und Käufer eine Win - Win Situation.