

akzento

BERATUNGSVERBUND ABG-PARTNER — DAS MAGAZIN



**SPEZIAL UNTERNEHMEN
KAUFEN &
VERKAUFEN**

INHALT



3
Transaktionen in der Corona-Krise – geht das überhaupt?



4
Nachfolge durch Unternehmensverkauf, so gelingt's!



6
Finanzierungsmodelle bei M&A



8
Change Communication bei Übernahmen



11
Steuerliche Aspekte bei M&A



14
Rechtliche Aspekte bei M&A



16
Kurzvorstellung diverse distressed M&A



18
Der Beratungsverbund - Ihr ganzheitlicher Partner



19
Ihre Ansprechpartner

Liebe Leserinnen und Leser,

haben Sie schon einmal daran gedacht, ein anderes Unternehmen zu kaufen? Oder planen Sie, Ihr Lebenswerk später an eine geeignete Person zu veräußern? Dann haben Sie sicher eine Idee davon, was bei solch einer Transaktion alles auf Sie zukommt, was bedacht, was geprüft, was bis ins Detail geplant und vorbereitet werden muss. Unsere Expertinnen und Experten wissen aus der täglichen Beratungspraxis, wie komplex das Thema Unternehmenstransaktion sein kann. Deshalb war es uns ein Anliegen, das Know-how unseres Teams in diesem M&A-Spezial zu bündeln.

Im Heft beantworten wir allgemeine Fragen, etwa: Lohnt sich ein Unternehmenskauf auch in Krisenzeiten? Was genau sind eigentlich distressed M&A? Überdies schauen wir auf die steuerlichen Besonderheiten von Unternehmensverkäufen. Wir klären dabei die Unterschiede zwischen dem sogenannten Share Deal und dem Asset Deal und zeigen Chancen sowie Herausforderungen für Käufer als auch Verkäufer auf. Soll ein Unternehmen veräußert werden, kommen natürlich immer rechtliche Fragestellungen auf – deshalb haben unsere Partner, die Rechtsanwälte der Kanzlei SFSK, einen praktischen Leitfaden zu unserem M&A-Spezial beigesteuert. Ein Unternehmenskauf steht und fällt häufig mit der entsprechenden Finanzierung. Wir stellen Ihnen in einem Beitrag zentrale Modelle der Kapitalbeschaffung vor.

Durch die demografische Entwicklung wird der Unternehmensverkauf immer mehr auch



zur Möglichkeit, die Nachfolge zu regeln. Doch wie bereiten Unternehmerinnen und Unternehmer ihre Firmen auf den Generationswechsel vor, wie lassen sich geeignete Übernehmer finden? Unser Consulting-Experte liefert Antworten zum Thema externe Nachfolge. Für eine nachhaltige M&A-Transaktion muss aber nicht nur ein vielversprechendes Unternehmen oder eine aussichtsreiche Käuferin oder ein Käufer gefunden werden – ein solcher Veränderungsprozess sollte immer gut an alle Beteiligten kommuniziert werden: von den Mitarbeitenden bis hin zu zentralen Stakeholdern. Deshalb geben unsere Marketingprofis Tipps zur erfolgreichen Change Communication.

Ich hoffe, wir können Ihnen mit unserem M&A-Spezial praktische Anstöße und eine spannende Lektüre bieten. Dennoch bleibt ein Kauf oder Verkauf immer eine sehr individuelle Angelegenheit. Sie können sich jederzeit mit Ihren persönlichen Fragen an unser Team wenden.

Bleiben Sie gesund

Friedrich Geise

M&A-Transaktionen in Zeiten von Corona – lohnenswert oder Schnäppchenfalle?

Die Pandemie lässt nicht von uns ab. Masken und physische Distanz gehören derzeit zum Alltag. Für die Wirtschaft bedeutet dies die größte Herausforderung der letzten Jahrzehnte. Die Umsatzeinbußen gehen in die Milliarden, Unternehmen können ihre Mitarbeiter teilweise nicht mehr bezahlen, die Entwicklung der nächsten Monate ist unklar. Laut einer aktuellen Befragung der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young¹ erwarten allein in Deutschland 40 Prozent der Unternehmer weitere massive wirtschaftliche Auswirkungen.

Im Bereich der Unternehmenstransaktionen (M&A) sind diese Auswirkungen besonders in der Bewertung der Zielunternehmen und in der Entscheidungsfindung spürbar. Die Frage, ob sich ein Deal zum aktuellen Zeitpunkt überhaupt anbietet und welche Auswirkungen Corona auf laufende Transaktionen haben kann, verunsichert viele. Doch was die einen zögern lässt, erkennen andere Unternehmer als Chance für einen guten Zukauf. Manch strategischer Käufer sieht sogar die Gelegenheit, den Marktanteil durch Fusion oder Übernahme auszubauen. Andere hoffen derzeit auf sinkende Bewertungen – und damit fallende Kaufpreise – möglicher Übernahmekandidaten. Gemäß Marktlogik ist also sogar damit zu rechnen, dass es zu einem partiellen Anstieg der M&A-Aktivitäten kommen kann, da risikobereite Unternehmer Schnäppchen als potenzielle Wachstumsbeschleuniger sehen. Doch ist eine „Schnäppchenjagd“ wirklich zu empfehlen?

Experten warnen vor Schnäppchendeals

Viele M&A-Transaktionen liegen bis dato auf Eis: Einige wenige Akquisitionen

wurden zu Beginn des ersten Lockdowns noch über die Ziellinie geschoben, die meisten kamen zum Erliegen. Doch langsam beginnt sich der M&A-Markt wieder zu regen. Bereits jetzt zeigt sich ein Anstieg der Deals, bei denen Unternehmen aus einer Krisensituation oder Insolvenz heraus gekauft werden – sogenannte distressed M&A. Auch Mittelständler stellen sich die Frage: Ist jetzt nicht die perfekte Zeit, um zuzukaufen, anorganisch zu wachsen, die eigene Marktposition auszubauen, Synergien zu nutzen und die Wertschöpfungskette auszubauen? Die Experten von ABG Consulting-Partner raten zu Vorsicht und genauer Prüfung. Zwar haben sich manche Unternehmen durch Banken, Debt Funds, Factoring-Gesellschaften und andere Quellen finanziell Rückendeckung verschafft, doch in vielen Märkten bleibt die weitere Entwicklung unklar. Das ist Gift für die nachhaltige Entwicklung von Kaufobjekten. Im schlimmsten Fall zahlt der Käufer nicht nur drauf, sondern kann durch eine riskante M&A-Entscheidung selbst in wirtschaftliche Not geraten. Natürlich gibt es auch jetzt noch Unternehmen und ganze Branchen, die von Corona kaum berührt werden oder gar davon profitieren – man denke nur an die Pharmabranche, die Logistik oder den Onlinehandel. Für Objekte dieser Segmente werden aber weiterhin hohe Preise bezahlt.

Wann lohnen sich M&A dennoch?

Es kann sie geben, die Gelegenheiten für „sichere“ Schnäppchen: das Lebenswerk des über Sechzigjährigen, der keine Lust auf eine weitere Krise hat, oder die Randsparte eines Konzerns, die ausgegliedert werden soll, um Liquidität für das Kerngeschäft freizumachen. Geschickte M&A-Akteure können durch solche Deals in Krisenzeiten die Rendite für die Anteilseigner deutlich stärker steigern, als durch Akquisitionen in Boomphasen.

Und nach dem Kauf?

M&A-Transaktionen in Zeiten von Corona sind immer mit einem gewissen wirtschaftlichen Risiko verbunden. Für stabile und liquide Unternehmen kann sich die gebotene Gelegenheit dennoch rentieren. Unternehmer und M&A-Professionals sollten dafür aber umso besser auf das „New Normal“ vorbereitet sein und den Wert der Transaktionsobjekte unter geänderten Umständen nachhaltig weiterentwickeln. Es bedarf konkreter und schneller Reaktionen auf neue Herausforderungen. Damit bietet die Krise auch die Chance, grundlegende und ertragssteigernde Optimierungen in Geschäftsmodell, Betriebsstruktur, Tools und Prozessen voranzutreiben.



Wer jetzt kaufen will, sollte folgende Punkte beachten:

- ☑ *Der hohe Zeitaufwand für die M&A-Transaktion muss leistbar sein*
- ☑ *Übernahmen sollten stets nur bei verlässlicher Kaufpreisfinanzierung und solidem Liquiditätspuffer in Betracht gezogen werden*
- ☑ *Unternehmer müssen mit Unsicherheiten, der Geschwindigkeit und den fachlichen Herausforderungen von Übernahmen in Krisensituationen umgehen können*

Der Weg zum Deal ist und bleibt derzeit steinig. Die Mühe kann sich dennoch lohnen, wenn die genannten Hürden überwunden werden und die richtige Expertise sowie ein Quantum Glück im Spiel sind. Sollten Sie weitere Fragen zu diesem Thema haben, wenden Sie sich gern an die Fachexperten von ABG Consulting-Partner.

¹ Quelle: https://www.ey.com/de_de/ccb



Der Verkauf als Nachfolgelösung ist kein Selbstläufer

Interview mit M&A-Experte Simon Leopold

Die Nachfolge ist eine der brennendsten Fragen für Familienunternehmen. Allein bis 2022 stehen laut einer Studie¹ des Instituts für Mittelstandsforschung circa 150.000 Unternehmensnachfolgen an, die rund 2,4 Millionen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer betreffen. In vielen Fällen kann innerhalb der Familie keine Übernehmerin, kein Übernehmer gefunden werden. Dann ist meist die externe Nachfolge, also der Verkauf an einen Investor, die logische Konsequenz. Doch diese Form der Übergabe ist kein Selbstläufer, will gut vorbereitet sein und kostet manchen Unternehmer viel emotionale Überwindung. Wir sprachen mit Unternehmensberater Simon Leopold von ABG Consulting-Partner über die Chancen und Herausforderungen der externen Unternehmensnachfolge.

Herr Leopold, welche Auswirkungen hat aktuell die Corona-Krise auf den Bereich der externen Nachfolge?

Leopold: Durch die Pandemie und wiederholte Lockdowns haben viele Unternehmen Verluste erlitten und sind wirtschaftlich geschwächt worden. Das hat ihren Wert deutlich geschmälert – was

gerade bei der Suche nach einem passenden Käufer die Herausforderungen erhöht. Hinzu kommt eine Verschiebung der Prioritäten. Das hat beispielsweise der aktuelle Report der DIHK zur Unternehmensnachfolge² gezeigt: Viele Alt-Unternehmer stellen die Nachfolgefrage aufgrund der derzeitigen Krise hinten an und fokussieren sich auf die Existenzsicherung ihres Betriebes. Das ist verständlich, aber trotzdem fatal. Denn Studien haben in den vergangenen Jahren immer wieder gezeigt, dass fast die Hälfte der Unternehmer sich ohnehin nicht rechtzeitig auf eine Nachfolgelösung vorbereitet.

Die Nachfolge durch Unternehmensverkauf muss also langfristig geplant werden?

Leopold: Unbedingt, ja. Je nach Branche, Größe des Unternehmens und Komplexität des Falls empfehlen wir hier drei bis fünf Jahre Vorlauf. Denn es ist heutzutage längst nicht mehr so, dass ein Unternehmer sagt: ‚So, ich verkaufe jetzt‘, und die willigen Käufer sofort Schlange stehen und ihn mit lukrativen Angeboten überhäufen. Das ist – im Gegenteil – ein aufwändiger und für einen

Firmenbesitzer nicht selten desillusionierender Prozess. Viele schieben die N-Frage dennoch jahrelang vor sich her. Das zeigt sich dann in Analysen wie dem DIHK-Report, wonach knapp die Hälfte der Alt-Unternehmer keinen geeigneten Nachfolger in Aussicht hat.

Und wie kann sich ein Unternehmer konkret auf den externen Generationenwechsel vorbereiten?

Leopold: Das beginnt damit, dass er seinen Betrieb für die Übergabe ‚hübsch‘ macht. Also: nochmal alles ehrlich auf den Prüfstand stellen und wo es nötig ist, optimieren. Dazu gehören auch oft ungeliebte Themenkreise, wie den Vertrieb ankurbeln und möglichst den Ertrag steigern. Zudem sollte er seine Kommunikation intensivieren, um Bekanntheit und Image auszubauen. Ein Unternehmen mit gutem Standing in seiner Branche, der Region und bei seiner Zielgruppe hat es oft leichter, das Interesse potenzieller Käufer zu wecken. Auch interne Struktur, Verwaltung, technische Ausstattung, der Bestand an Fachkräften, die Altersstruktur der Belegschaft und – ganz wichtig – das Geschäftsmodell müssen kritisch geprüft und im Zweifel verbessert werden. Schließlich gibt es bei externen Nachfolgern keinen Familienbonus. Käufer kalkulieren rein rational und suchen aussichtsreiche Investments, die sich langfristig für sie lohnen.

Das ist aber nur der erste Akt des Nachfolgeprozesses, oder?

Leopold: Genau, sobald es konkret werden soll, muss ein Unternehmer die erforderlichen Verkaufsunterlagen, Informationen und Belege sowie eine unabhängige Unternehmensbewertung bereithalten und beginnen, gezielt nach möglichen Käufern zu suchen. Erste Anknüpfungspunkte können da Branchenverbände, Kammern, Nachfolgeportale oder Unternehmernetzwerke sein. Umhören kann sich der Unternehmer auch bei seinen Kunden, Lieferanten, Finanzierern oder Partnern. Doch Mund-zu-Mund-Propaganda wird in der aktuell schwierigen Lage nicht immer zum Erfolg führen. Es kann sein, dass die Wunsch-Käufer aufgrund der derzeit unsicheren Lage von Engagements eher absehen. Übergeber müssen daher schon gezielt suchen, weshalb wir einen strukturierten Investorenprozess empfehlen.

Und wie sollte so ein strukturierter Prozess aussehen?

Leopold: Zuerst muss geprüft werden, ob ein Unternehmen überhaupt bereit für eine Übergabe ist. Also: Wie ist seine Stellung am Markt und die finanzielle Ausstattung? Welches Potenzial und welche Rendite verspricht der Betrieb möglichen Übernehmern? Und vor allem: Ist die Struktur des Unternehmens überhaupt übergabetauglich? Viele Betriebe sind so auf den Geschäftsführer ausgerichtet, dass hier ein externer Übernehmer kaum Zugang findet. Im Idealfall gibt es dagegen eine zweite Verwaltungsebene, mit klaren Prozessen, Strukturen und fachlicher Verantwortung, die auf mehrere Schultern verteilt ist. Stimmen die Voraussetzungen soweit, müssen geeignete Käufer

recherchiert und gezielt angesprochen werden. Dafür braucht es transparente und rechtssichere Verkaufsunterlagen. Melden sich erste Interessenten zurück, geht es in die Gespräche, später in die Kaufpreisverhandlungen. Die Grundlage dafür ist eine belastbare und neutrale Unternehmensbewertung, beispielsweise anhand der sogenannten Ertragswertmethode oder eines Discounted-Cash-Flow-Verfahrens. In den Verhandlungen sollten Unternehmer kompromissbereit sein und den ideellen Wert ihres Lebenswerks nicht mit dem eigentlichen Unternehmenswert verwechseln. Ist eine Lösung gefunden, werden die detaillierten Modalitäten der Übergabe geklärt, die Verträge erarbeitet und letztlich der Verkauf abgewickelt.

>>

Diese Themen sollten vor einer Übergabe angegangen werden:

- **Strategie:** Geschäftsplanung, Rentabilität
- **Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen** (klare Prozesse, Strukturen)
- **Finanzierungsstruktur, Eigenkapitalausstattung**
- **IT: Technische Ausstattung**
- **Mitarbeiter: Altersdurchmischung und Kompetenzen der Belegschaft**
- **Recht und Steuern: nachfolgeverträgliche Rechtsform – ggf. Wechsel**
- **Marketing: Außenauftritt modernisieren, Vertrieb pushen**



Können Unternehmer diesen Prozess komplett in Eigenregie führen?

Leopold: Schwierig. Zum einen braucht es spezifisches Fachwissen für eine solche Vertragsanbahnung. Andererseits erfordert eine Bewertung, die der potenzielle Käufer auch akzeptiert, eine neutrale und fundierte Perspektive. Dafür ist der Unternehmer meist viel zu tief in seiner Firma verwurzelt. Die Auswahl passender Übernahmekandidaten erfordert zudem Marktkenntnisse sowie ein entsprechendes Netzwerk und die späteren Verhandlungen meist taktisches Geschick. Man darf auch nicht vergessen: Alle Aufgaben müssen bewältigt werden, während das Alltagsgeschäft ganz normal weiterläuft. Für einen aussichtsreichen Investorenprozess würden wir daher auf jeden Fall die Zusammenarbeit mit erfahrenen Beratern empfehlen. Was Unternehmer erst einmal allein angehen könnten, ist die langfristige Optimierung des Betriebes für die Übergabe. Allerdings schätzen auch da viele den Blick von außen. Für bestimmte Bereiche können dann Spezialisten hinzugezogen werden, zum Beispiel für die Ablaufoptimierung, den Vertriebspush oder eine Modernisierung des Außenauftritts.



Günstige Faktoren für eine Nachfolge

- *Erfolgreiches Geschäftsmodell, gute Marktposition*
- *Solide ausgearbeitete, langfristige Kundenverträge*
- *Transparente Buchführung*
- *Festes Lieferanten- und Dienstleisterverhältnis*
- *Klare Abläufe und Zuständigkeiten*
- *Effektiver Vertrieb, wirkungsvolles Marketing*
- *Expertenstatus, guter Ruf*
- *Sinnvolle Rechtsform*



FINANZIERUNGSMODELLE FÜR DEN UNTERNEHMENSKAUF

Die Zeiten sind angespannt, keine Frage. Dennoch kann die Übernahme eines Unternehmens gerade jetzt für die eigene Wachstumsstrategie wichtig sein: Neue Kunden- und Marktsegmente, Synergien oder gar neue Branchen können erschlossen werden. Auch oder sogar gerade in Krisenzeiten können Akquisitionen gewinnbringend und eine existenzsichernde Maßnahme sein. Der Dreh- und Angelpunkt eines Unternehmenszukaufs ist in der Regel die entsprechende Finanzierung. Kaum ein Unternehmen kann einen M&A-Deal aus seinen eigenen Reserven oder dem Cash-Flow finanzieren. Deshalb stellen wir Ihnen hier vier der wichtigsten Modelle zur Akquisitionsfinanzierung vor. Sollten Sie Unterstützung bei Ihrer individuellen Finanzierungsstrategie benötigen, helfen Ihnen die Experten von ABG Consulting-Partner gern weiter.

>>

Das klassische Bankdarlehen – auch bei M&A?

Die meisten Unternehmer denken beim Stichwort Finanzierung an die Hausbank. Verständlich, denn hier kennt man sich meist seit Jahren und vertraut einander. Wenn sich in den Verhandlungen mit dem Bankberater eine entsprechende Lösung finden lässt – gut. Manchmal wird einem Unternehmen von der Hausbank jedoch nicht unbedingt das günstigste am Markt verfügbare Angebot gemacht. Außerdem tun sich viele Banken gerade bei Kaufpreisfinanzierungen mit der Risikoeinschätzung schwer. Lässt sich für das Geldhaus nicht mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit sagen, dass der geplante Erwerb auch zum Erfolg wird, nimmt es meist eher Abstand von einer Kreditvergabe. Diese Zurückhaltung dürfte angesichts der momentanen wirtschaftlichen Gesamtlage noch stärker sein. Denn viele Häuser rechnen wegen Corona mit Kreditausfällen bei ihren Unternehmenskunden.

Finanzierung ohne Sicherheiten – der Fintech-Ansatz

Die bisherigen Ansätze haben eines gemeinsam: Sie setzen umfangreiche Vermögensgegenstände voraus – entweder, um sie zu verkaufen, oder, um sie als Kreditsicherheiten einzusetzen. Doch viele Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche oder dem digitalen Sektor verfügen nur über eingeschränkte Assets. Damit sie ihre M&A-Bestrebungen dennoch umsetzen können, bieten mehr und mehr Online-Finanzierer – sogenannte Fintechs – hierfür unbesicherte Firmenkredite an. Das Risiko des Kreditgebers wird dabei statt durch dingliche Sicherheiten über eine Kostenpauschale in die Finanzierung einkalkuliert. Im Vergleich zu klassischen Bankdarlehen sind Fintech-Kredite oft schneller verfügbar – hier sind die Prozesse durchdigitalisiert und die Strukturen einfacher. Zudem scheuen Online-Anbieter das Risiko von M&A-Transaktionen meist weniger als reguläre Banken.

Rückendeckung durch externes Eigenkapital – die Private-Equity-Methode

Beteiligungsgesellschaften bündeln das Eigenkapital zumeist privater Anleger und investieren es unter anderem in M&A. Mit dem Kapital kann ein Teil der aufgerufenen Kaufsumme gestemmt werden. Allerdings hat die Unterstützung ihren Preis: Private-Equity-Gesellschaften sind bei ihren Investitionen meist auf Erfolg und Teilhabe aus. Sie finanzieren nicht einfach nur, sondern erwerben durch ihr Eigenkapital selbst Anteile am Zielunternehmen. Deshalb wollen sie in der Regel auch an den Gewinnen partizipieren, über Entwicklungen informiert sein und ihr Knowhow einbringen. Mitunter sind Beteiligungsgesellschaften auch an einer Mitwirkung im Management des Unternehmens interessiert. Käufer sollten sich dementsprechend bewusst sein, dass der eigene Anteil und Einfluss kleiner werden kann.

Finanzierung über Vermögensgegenstände – Sale and Lease Back

Verfügt ein Unternehmen über bewegliche Vermögensgegenstände wie Maschinen und Fahrzeuge oder über Assets wie Immobilien? Dann kann zur Kaufpreisfinanzierung auch auf Sale and Lease Back zurückgegriffen werden. Dabei werden die entsprechenden Objekte an einen spezialisierten Finanzierer verkauft und vom Unternehmen im gleichen Atemzug wieder zurück gemietet. So steht relativ kurzfristig eine relevante Summe für den Unternehmenskauf bereit. Beim „Rückmietverkauf“ können die veräußerten Gebäude oder Maschinen und Fahrzeuge zudem weiter genutzt werden. Die entsprechenden Leasing- oder Mietraten sind oft nicht billig, dafür bietet Sale and Lease Back einige Vorteile: So kann es meist auch zum Kauf finanziell angeschlagener Unternehmen genutzt werden. Zudem ist es im Rahmen einer geschickten Finanzierungsplanung sogar möglich, die Assets des zu erwerbenden Unternehmens bereits in der Kaufpreisfinanzierung zu nutzen.

IHR ANSPRECHPARTNER



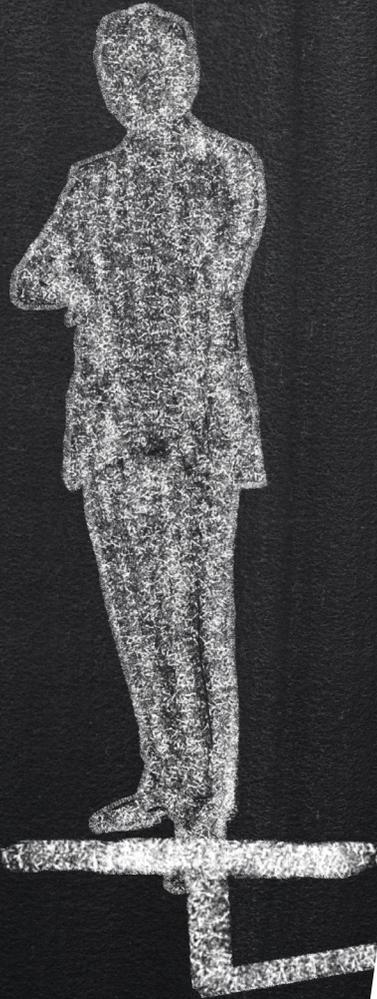
Simon Leopold

Geschäftsführer

ABG Consulting-Partner
GmbH & Co. KG
Telefon +49 351 437 55-48
leopold@abg-partner.de



KOMMUNIKATION ALS ZÜNGLEIN AN DER WAAGE



Unternehmenstransaktionen gehen in der Regel mit Veränderungen einher. Dazu zählen beispielsweise neue Strukturen in der Organisation, die Erweiterung oder Kürzung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios, neue Arbeitsabläufe oder Fertigungsprozesse, eine neue Lieferantenstruktur oder eine gänzlich neue strategische Ausrichtung. Die Beispiele zeigen eines sehr deutlich: Belegschaft, Lieferanten, Kunden und Geschäftspartner sind direkt oder indirekt von den Maßnahmen betroffen. Aus diesem Grund ist eine strategisch ausgerichtete, vorbereitende und begleitende Kommunikation bei Transaktionen, die sogenannte Change Communication, so wichtig. Doch hier hakt es oft.

Wenn ein Unternehmen verkauft wird – sei es in Form einer Beteiligung, Fusion oder durch die Übernahme eines Mutterkonzerns – werden die Mitarbeiter nicht selten vor vollendete Tatsachen gestellt. Sie sollen die Veränderungen, die sich aus dem Verkauf ergeben, verstehen und am besten kommentarlos akzeptieren. Dabei erhöht fehlende Kommunikation nicht nur die Gefahr von Ablehnung und Widerstand, sondern bietet auch den optimalen Nährboden für Spekulationen. Wenn die Gerüchte hochkochen – und das tun sie meistens, wenn es keine klaren Informationen gibt – kann das erhebliche Verluste für das Unternehmen bedeuten.



Der wirtschaftliche Schaden, den un- aufgeklärte und dadurch unzufriedene Mitarbeiter verursachen, darf nicht unterschätzt werden. Man denke zum Beispiel an die vertane Arbeitszeit in der Kaffeeküche, weil sich das Personal über die kursierenden Spekulationen oder persönliche Unsicherheiten austauschen möchte. Womöglich lehnen Schlüsselpersonen im Unternehmen die kostspielige Übernahme mitsamt ihren internen Veränderungen und Neuerungen ab, weil sie nicht rechtzeitig ins Boot geholt wurden. Motivation und Loyalität der Belegschaft und in der Folge die Produktivität können rapide sinken, sogar Kündigungen sind denkbar – insbesondere dann, wenn die konkreten Folgen der Übernahme unklar sind. Uninformierte Kunden und Lieferanten könnten falsche Schlüsse ziehen und sich nach neuen Geschäftspartnern umsehen. Das Unternehmensimage als Ganzes kann Schaden nehmen.

Frühzeitige Informationspolitik zeigt die Richtung an

Bei geplanten M&A-Transaktionen hilft meist nur eins: Fakten frühzeitig auf den Tisch bringen, um Wissenslücken und Mutmaßungen gar nicht erst aufkommen zu lassen. Warum ist der Verkauf nötig? Welche Veränderungen sind angedacht und wie sieht die Zeit danach aus? Diese Fragen müssen vom Management transparent und verständlich beantwortet werden, sobald die Vertraulichkeitsphase vorbei ist. Dann zeigen die Beteiligten in den meisten Fällen mehr Verständnis und wirken bei der Umsetzung besser mit. Unternehmensverkäufe bestehen aus verschiedenen Phasen, die jeweils mit passenden Kommunikationsmaßnahmen bedacht werden sollten. Je nach Stadium erweitert sich der Kreis der Informierten – von der Vorbereitungsphase über die Investorengespräche bis zum endgültigen Vertragsabschluss. Die externe und interne Kommunikationsstrategie muss diese unterschiedlichen Phasen berücksichtigen, unter Beachtung der rechtlichen Verpflichtungen – inklusive der Reaktion auf voreiliges Durchsickern von Informationen. Die Zeit nach dem Verkauf ist mindestens genauso wichtig – hier geht es beispielsweise um die erfolgreiche Einführung

und Umsetzung einer neuen Ablauforganisation, neuer Prozesse, Produkte und Dienstleistungen. Bei der Übernahme durch einen Mutterkonzern steht eine weitere Herausforderung auf der Agenda: die Integration des gekauften Unternehmens und seiner Belegschaft in die Firmenstruktur und Unternehmenskultur des Übernehmers. Wer hier an der Kommunikation spart, riskiert den Erfolg der gesamten Transaktion.

Schritt für Schritt und nach Plan

Grundsätzlich gilt: Die jeweiligen Informationen sollten unbedingt wohlüberlegt und wie bereits erwähnt strategisch sinnvoll platziert werden – denn falsch gesetzte Botschaften können Schaden anrichten. Deshalb sollte am Anfang einer Transaktion stets die Ausarbeitung eines detaillierten Kommunikationsplans stehen, bestenfalls in Zusammenarbeit von Verkäufer und Käufer. Dieser beinhaltet u. a. den Status-Quo und die Zukunftsvision für das Unternehmen, die Zielgruppen und Botschaften, die passenden Kommunikationsmaßnahmen und -instrumente sowie eine Zeitplanung. So lässt sich auch vermeiden, dass Mitarbeiter oder Geschäftspartner die brisanten Informationen zuerst aus der Presse erfahren müssen. Außerdem besteht die Kommunikation dann nicht vorwiegend aus spontanen, reaktiven Aktionen, die man eigentlich nicht selbst in der Hand hat. Bei den internen und externen Kommunikationsmaßnahmen lässt sich die gesamte Bandbreite der im Unternehmen zur Verfügung stehenden Informationsmittel nutzen, wie beispielsweise E-Mail, Mitarbeiterversammlung, Mitarbeiterzeitung, Intranet, Newsletter, Podcast, Kurzvideo, Event, Workshop oder Ausstellung sowie Pressemeldung, Pressekonferenz, Website oder Social-Media-Kanäle. Ängste und Bedenken sollten in den Botschaften berücksichtigt und, wenn möglich, entkräftet werden. Wichtige Multiplikatoren im Unternehmen können als Botschafter unterstützen, vor allem nach Abschluss des Verkaufs und während der Zeit der Integration. Dazu zählen nicht zwangsweise nur die Führungskräfte oder der Betriebsrat, sondern z. B. auch beliebte Mitarbeiter, die einen guten Draht zur Belegschaft haben.

>>

UNTERSCHÄTZTE WEICHE FAKTOREN BEI ÜBERNAHMEN

Namensänderung:

Unternehmensverkäufe gehen nicht selten mit einer Namensänderung einher. Stellen Sie sich vor, Sie müssten ungefragt ab morgen unter einem neuen Namen leben. Das ruft doch eine gewisse Unbehaglichkeit hervor. Schließlich ist der eigene Name auch identitätsstiftend. Die gleiche Identifikationsproblematik besteht bei Mitarbeitern und ihrem Unternehmen, für das sie teilweise jahrzehntelang arbeiten.

Bei einer Namensänderung könnte man die Mitarbeiter z. B. mit einem Countdown auf die Umbenennung einstimmen? Alle fiebern täglich gemeinsam auf eine neue Zeit hin – Begleitet von Anekdoten aus der Firmenhistorie und einem optimistischen Blick in die Zukunft.

Würdigung der Vergangenheit:

Nach einer Transaktion beginnt für die Mitarbeiter des verkauften Unternehmens eine neue Ära. Dabei wird eine angemessene Wertschätzung des bisherigen Erfolges häufig vergessen. Ein neues Kapitel lässt sich aber viel besser beginnen, wenn das alte abgeschlossen ist.

Die vergangenen Erfolge eines Unternehmens lassen sich z. B. anschaulich und würdevoll in einem Unternehmensbuch dokumentieren. Auch eine Art Historiengalerie oder Gedenktafel mit wichtigen Meilensteinen in der Firmengeschichte, beispielsweise im Foyer, wäre denkbar.

SCHRITT FÜR SCHRITT Der Plan

- Status Quo
- Change Story
- Zielgruppen
- Botschaften
- Maßnahmen
- Instrumente
- Zeitplan
- Manpower

Übernahme – Aus Feindbild wird Partner:

Handelt es sich bei dem Unternehmensverkauf um eine Übernahme durch einen Wettbewerber, geraten die Mitarbeiter auf beiden Seiten eventuell in eine emotionale Zwickmühle. Jahrelang tradierte Vorurteile und Vorbehalte sollen nun plötzlich einem kooperativen Verhalten und positiven Mindset weichen.

In diesem Fall könnte das Management frühzeitig eine Umfrage unter allen Mitarbeitern beider Unternehmen starten. Was findet man gut, was ist problematisch. Was denkt man überhaupt übereinander. Aus den Ergebnissen lässt sich eine gemeinsame Zielkultur entwickeln, z. B. im Rahmen von Workshops.



Die speziellen Kommunikationsanforderungen während und nach Transaktionen können nicht immer intern von den Unternehmen abgebildet werden. Wir können Sie in der strategischen

Change Communication unterstützen. Melden Sie sich gern bei unserer Ansprechpartnerin Ina Jahn, Senior Consultant: 0351 43755 35 oder jahn@abg-partner.de



DER UNTER- NEHMENS- VERKAUF AUS STEUERSICHT

Ein M&A-Deal erfordert eine umfassende Vorbereitung. Dazu zählt es auch, dass sich sowohl Käufer als auch Verkäufer mit den steuerrechtlichen Möglichkeiten und Herausforderungen auseinandersetzen. Wir sprachen mit Steuerberaterin Isabel Franzka über das komplexe Thema.

„Es gibt beim Kauf oder Verkauf eines Unternehmens keinen allgemeingültigen Ansatz. Denn die Anforderungen und Strategien unterscheiden sich nicht nur von Käufer zu Verkäufer. Es hat auch völlig unterschiedliche Auswirkungen, wer kauft oder verkauft und was ge- oder verkauft wird“, sagt Isabel Franzka, Steuerexpertin des Beratungsverbundes ABG-Partner. Man könne zwar für das Thema sensibilisieren und auf wichtige Aspekte hinweisen, die tatsächliche Lösung müsse aber für jeden Unternehmenskauf individuell entwickelt werden. „Unternehmer sollten hier nicht ad hoc agieren, sondern sich Zeit nehmen, alles genau prüfen und mit Experten wie Unternehmensberatern, Rechtsanwälten, Notaren und Steuerberatern zusammenarbeiten. Wer das

Thema richtig angeht, kann oft viel Geld sparen“, so Franzka.

Share Deal contra Asset Deal

Die typischen Formen eines Unternehmensverkaufs sind der sogenannte Share Deal und der Asset Deal. Bei Letzterem wird das Unternehmen nicht als Ganzes übernommen, sondern nur einzelne Posten. „Es werden die jeweiligen Vermögensgegenstände eines Unternehmens wie Maschinen, Büroausstattung oder Immobilien über individuelle Verträge angekauft. Das bietet Vorteile bei der Abschreibung, hat aber auch Nachteile. Beispielsweise fällt beim Asset Deal in der Regel Umsatzsteuer an“, sagt Franzka. Beim Share Deal werden hingegen

>>



„Wer das Thema richtig angeht, kann oft viel Geld sparen“

Isabel Franzka, Geschäftsführerin,
ABG Allgemeine Beratungs- und Treuhandgesellschaft mbH Steuerberatungsgesellschaft



Anteile an einem Unternehmen oder das Unternehmen als Ganzes übernommen. „Hier sind, beispielsweise beim Kauf von GmbH-Anteilen durch Unternehmen, Abschreibungen nicht so leicht möglich. Die Anschaffungskosten der GmbH-Anteile werden in der Bilanz des Käufers aktiviert und bleiben dort grundsätzlich als Posten bestehen, bis das Unternehmen wiederverkauft wird. Dafür fällt aber – beispielsweise bei der Übernahme des ganzen Unternehmens – in der Regel keine Umsatzsteuer an“, so Franzka. Generell müssten Käufer und Verkäufer sehen, welche Transaktionsform zu einem Deal passt. Das ist aufgrund der unterschiedlichen Strategien und Zielsetzungen jedoch oft nicht leicht.

Der Verkäufer

Meist steht ein Lebenswerk zum Verkauf – oder zumindest das Ergebnis jahrelanger Arbeit. Deshalb versuchen Verkäufer natürlich einen möglichst hohen Preis bei einer solchen Transaktion zu erzielen. Das bedeutet auch, die Steuerlast zu senken. Und Steuern können auf den Verkaufserlös einige anfallen. „Je nachdem, ob beim Share Deal der Verkäufer eine Privatperson oder ein Unternehmen ist, fallen Einkommen- oder Körperschaftsteuer an, beim Asset Deal können noch Gewerbe- und Umsatzsteuer hinzukommen. Wird zudem ein Grundstück übertragen, steht

auch Grunderwerbsteuer aus. Hier ist zusätzlich Vorsicht geboten: Sobald Immobilien im Spiel sind, muss der Vertrag zwingend notariell beurkundet werden. Das ist etwa bei der Übertragung eines Einzelunternehmens andernfalls nicht erforderlich“, so Franzka. Generell mache es einen Unterschied, ob ein Unternehmer, also eine natürliche Person, verkaufe oder eine Gesellschaft wie eine GmbH. Bei einer Gesellschaft wird der Verkaufserlös im Regelfall als laufender Gewinn versteuert, sofern keine Befreiungs- oder Ermäßigungsvorschriften gelten. Dagegen habe der Einzelunternehmer einige Gestaltungsmöglichkeiten. „Hat der Verkäufer das 55. Lebensjahr vollendet oder ist dauernd berufs unfähig, kann er einmalig einen ermäßigten Steuersatz von 56 Prozent des durchschnittlichen Steuersatzes beantragen. Oder er macht von der

sogenannten Fünftelregelung Gebrauch – diese kann auch bei wiederholten Verkäufen genutzt werden“, erläutert Franzka. Die Fünftelregelung folgt einem speziellen Berechnungsschema, das wir Ihnen in unserem Kasten erklären.

Privat- oder Firmenbesitz?

Verkauft ein Unternehmer seine Anteile an einer Firma, ist es auch wichtig, ob diese dem privaten Vermögen oder dem Betriebsvermögen zugerechnet werden. Gehören sie zu Letzterem, ist der Erlös grundsätzlich zu 60 Prozent zu versteuern – es wird vom sogenannten Teileinkünfteverfahren gesprochen. Ein verkaufendes Unternehmen wie eine GmbH hat mitunter ebenfalls Gestaltungsspielraum. Wird beispielsweise eine Tochtergesellschaft veräußert, ist der Transaktionsgewinn hier zu 95 Prozent steuerfrei. „Auch der Zeitpunkt einer Übergabe sollte gut gewählt sein. Verkauft ein Unternehmer beispielsweise am Anfang des Jahres und kann seine Einnahmen die kommenden Monate anpassen, lässt sich hier die Abgabenlast ebenfalls reduzieren“, sagt Franzka und ergänzt: „Zudem kann auch



die Übergabeform Vorteile bieten – zum Beispiel, wenn die Gewerbe- und Umsatzsteuerfreiheit eines Share Deals zum Tragen kommt.“

Der Käufer

Neben einem guten Deal ist es vor allem Ziel des Kaufenden, den finanziellen Aufwand des Neuerwerbs effizient zu gestalten. Doch dies darf nicht zur Unvorsichtigkeit führen. „Käufer sollten sich besonders bei einem Share Deal genau anschauen, was für eine Firma sie da eigentlich übernehmen möchten. Das heißt im Einzelnen: die Bilanzen prüfen und sich auch die Berichte der letzten Betriebsprüfungen geben lassen. Geht es um den Kauf eines sehr großen Unternehmens, würde ich sogar eine Steuerisikoprüfung empfehlen“, rät Franzka. Auch bestehende Gewährleistungen seien regelmäßige Fallstricke – gerade bei Produktionsbetrieben oder in der Baubranche. „Am besten werden potenzielle Steuerrisiken, Nachhaftungen oder offene Gewährleistungsfragen vertraglich geregelt – der Verkäufer kann Garantien übernehmen oder die Parteien einigen sich auf Abschläge beim Verkaufspreis“, so die Steuerexpertin.

Aus Käufersicht ist ein Asset Deal oft von Vorteil, denn hier können die erworbenen Vermögensgegenstände für die Restnutzungsdauer abgeschrieben werden.

So lässt sich mit der Zeit der gesamte Kaufpreis gewinnmindernd einsetzen. Bei einem Share Deal – insbesondere beim Kauf von Anteilen an Kapitalgesellschaften – gilt hingegen das Anschaffungskostenprinzip. „Abschreibungen sind hier nur möglich, wenn nach dem Kauf ein dauerhafter Wertverlust erfolgt. Dann ist eine sogenannte Teilwertabschreibung erlaubt. Eine Ausnahme bildet lediglich der Kauf einer Personengesellschaft. Der kann ähnlich wie ein Asset Deal gewertet werden“, sagt die Expertin.

Zinsen und Verluste

Handelt es sich beim Käufer um ein Unternehmen, können auch Finanzierungskosten wie Zinsen oder Abschlussgebühren steuerlich geltend gemacht werden. Eine Privatperson kann das in aller Regel nicht, allerdings werde sie durch den Kauf häufig zum Unternehmer, so dass sich, laut Expertin, auch hier oft Gestaltungsspielraum biete. Manche Käufer möchten auch die Verluste ihres Zielunternehmens übernehmen, um sie steuermindernd einzusetzen. Beim Asset

Die steuermindernde Fünftelregelung in vier Schritten:

1. Ein privater Verkäufer (natürliche Person) ermittelt sein zu versteuerndes Einkommen ohne den Verkaufsgewinn – die daraus resultierende Steuer ist der Wert x
2. Nun wird das bisherige zu versteuernde Einkommen zuzüglich ein Fünftel des Verkaufsgewinns ermittelt – die daraus resultierende Steuer ist der Wert y
3. Anschließend zieht man x von y ab und erhält damit eine Differenz z ($y - x = z$)
4. Der Wert z wird mit fünf multipliziert ($z \times 5$) und liefert den zu zahlenden Steuerbetrag auf den Veräußerungsgewinn. Wird nun noch $x + (z \times 5)$ gerechnet, erhält der Verkäufer seine gesamte Steuerbelastung

Deal können Verlustvorträge allerdings nicht übernommen werden. Beim Share Deal kann es möglich sein, bestehende Verlustvorträge zu übertragen. Dazu meint Franzka: „Ich rate hier allerdings zu einer genauen Prüfung, da dies höchst individuell ist und Risiken birgt.“

IHR KONTAKT ZUR ABG STEUERBERATUNG



München

Telefon +49 89 139 977-0
muenchen@abg-partner.de

Dresden

Telefon +49 351 437 55-0
dresden@abg-partner.de

Bayreuth

Telefon +49 921 788 988-10
bayreuth@abg-partner.de

Böblingen (Kooperationspartner)

Telefon +49 7031 21 76-0
boeblingen@abg-partner.de



Rechtliche Aspekte beim Unternehmenskauf

Ein Unternehmenskauf läuft in der Regel in folgenden acht Schritten ab: interne Planung, Vorgespräche, Abschluss von Vorvereinbarungen, Durchführung der Due Diligence, Einholung der Unternehmensbewertung, Erstellung des Vertragsentwurfs und Durchführung der Vertragsverhandlungen, Vertragsabschluss und schließlich das Closing.

Zwingender Inhalt der internen Planung

Prüfung von Nachhaftungsregelungen, Vorkaufsrechten oder Zustimmungspflichten

Auf den ersten Schritt bei einer Unternehmensveräußerung - die interne Planung - sollte aus rechtlicher Sicht besonderes Augenmerk gelegt werden. Zunächst sollte in dieser Phase des Unternehmenskaufs oder -verkaufs geprüft werden, ob gesellschaftsrechtliche Nachhaftungsregelungen (wie z.B. die 5-jährige Nachhaftung gem. § 133 Abs. 1, Abs. 3 UmwG oder steuerliche Behalte- und Missbrauchsfristen wie in § 8b Abs. 2 und 3 KStG geregelt), Vorkaufsrechte oder Zustimmungspflichten bei einer Verfügung über Gesellschaftsanteile bestehen.

Prüfung der Erforderlichkeit von Zustimmungen Dritter

▪ Grundsätzliche Veräußerbarkeit von Anteilen

Für Aktien gilt: diese sind grundsätzlich ohne Zustimmung Dritter übertragbar (Beachte: Vinkulierung von Namensaktien ist möglich gemäß § 68 Abs. 2 AktG, d.h. die Satzung kann ein Zustimmungserfordernis für eine rechtmäßige Übertragung festlegen).

Für GmbH-Anteile gilt: eine Beschränkung der Übertragbarkeit mit dinglicher Wirkung im Gesellschaftsvertrag gemäß § 15 Abs. 5 GmbHG sowie Zustimmungserfordernis ist möglich.

Für Anteile an Personengesellschaften wie GbR/OHG/KG gilt: eine Übertragung ist nur mit genereller oder im Einzelfall erteilten Zustimmung der anderen Gesellschafter gemäß §§ 719 Abs. 1 BGB, 105 Abs. 2, 161 Abs. 2 HGB möglich, wobei die Zustimmung bereits im Gesellschaftsvertrag enthalten sein kann. Der Gesellschaftsvertrag kann Modalitäten, wie z.B. Mehrheitserfordernisse, regeln.

Beim Verkauf der Beteiligung an einer Gesellschaft, an der stille Gesellschaft besteht, ist für eine Veräußerung die Zustimmung des stillen Gesellschafters nur im Innenverhältnis erforderlich, nicht aber im Außenverhältnis zum Käufer.

▪ Bestehen von Vorkaufsrechten

Für alle Gesellschaftsformen ist darüber hinaus eine Prüfung von bestehenden Vorkaufsrechten von Mitgesellschaftern erforderlich. Ratsam sind in diesem Zusammenhang vorsorgliche Regelungen in den Kaufvertrag aufzunehmen, z.B. als auflösende Bedingung für den Fall der Ausübung des Vorkaufsrechtes eines Mitgesellschafter.

▪ Zustimmung der Hauptversammlung bzw. der Gesellschafter

Die Zustimmung der Hauptversammlung ist nach § 179a AktG erforderlich, wenn es sich beim Veräußerer um eine AG oder KGaA

handelt, ein Unternehmenskauf als Asset Deal vorliegt und das zu übertragende Unternehmen das gesamte oder wesentliche Vermögen der Gesellschaft darstellt. Dabei ist eine Zustimmung mit 3/4-Mehrheit nötig gemäß § 179 Abs. 2 S. 1 AktG.

Auf eine Veräußerung von GmbH/OHG/KG/ GbR-Anteilen ist § 179a AktG zwar nicht entsprechend anwendbar, jedoch muss der Geschäftsführer einen Zustimmungsbeschluss der Gesellschafter zu einer Gesamt-Vermögensübertragung einholen. Bei der Veräußerung der Gesamtheit der GmbH-Anteile ist eine 3/4-Mehrheit erforderlich. Bei der Veräußerung einer gesamten OHG/KG/ GbR ist die Zustimmung aller Gesellschafter (auch der Kommanditisten) nach §§ 116 (i.V.m. §§ 161, 164) HGB, 709 BGB erforderlich.

▪ Zustimmung des Ehegatten

Die Zustimmung des Ehegatten des Veräußerers zu einer Unternehmensveräußerung ist nach § 1365 Abs. 1 S. 1 und 2 BGB erforderlich, wenn der Güterstand der Zugewinnngemeinschaft vorliegt und die Unternehmensbeteiligung sein gesamtes bzw. nahezu sein gesamtes Vermögen darstellt (ca. 85 % des Gesamtvermögens - Einzelfallentscheidung) und wenn der Erwerber dies weiß oder die Umstände kennt, aus denen sich ergibt, dass im Wesentlichen das ganze Vermögen betroffen ist.

▪ Familiengerichtliche Genehmigung

Eine familiengerichtliche Genehmigung bei Beteiligung von Minderjährigen/Betreuten ist bei einem ShareDeal (Erwerb und Veräußerung von Gesellschaftsanteilen) gemäß § 1822 Nr. 10 oder Nr. 3; 1821 Abs. 1 Nr. 1 und 4 BGB erforderlich.

▪ Sonstige Formvorschriften (Auswahl):

Wertpapiere: werden in der Regel durch Indossament übertragen; für Banknoten und Versicherungen vgl. § 399 BGB
Patente und Marken: Umschreibebewilligung für Eintragung ins Register bedarf teilweise einer Unterschriftenbeglaubigung (Umschreibung einer Marke gem. § 31 Abs. 5 MarkenV)
Gewerbliche Schutzrechte: sind häufig nicht übertragbar; gegebenenfalls Einräumung eines Nutzungsrechts vereinbaren

Gründe für einen Unternehmensverkauf:

- *Nachfolgeproblematik (kein geeigneter Erbe vorhanden, Wunsch des Unternehmensinhabers nach Rückzug aus dem Unternehmen, Stärkung der privaten Vermögensbasis von Gesellschaftern, Verkauf durch Erben des Unternehmensinhabers)*
- *Verbesserung der Bilanzstruktur (Verkauf Teilbetrieb oder Tochtergesellschaft, Stärkung Eigenkapital durch Liquiditätszufluss durch Verkaufserlös, Stärkung Eigenkapital ermöglicht höhere Fremdfinanzierung)*
- *Konzentration auf Kernkompetenzen (Abstoßung unrentabler Unternehmensteile oder solcher ohne strategische Bedeutung),*
- *Insolvenz*
- *Sicherung Unternehmenserfolg (Aufnahme neuer Gesellschafter mit Know-how, Ressourcen und/oder finanziellen Mitteln)*

Motive für einen Unternehmenskauf:

- *Wachstum*
- *Aufkauf von Mitbewerbern*
- *Erleichterung des Einstiegs in neuen Markt/neue Branch,*
- *Zugang zu Know-how, Lizenzen, Marken oder Patenten*
- *Diversifikation und Erweiterung des eigenen Produktprogramms*
- *Erreichung von Synergieeffekten, insbesondere bei den Möglichkeiten der Finanzierung des Unternehmens*

Aufgrund der Komplexität der Regelungen - insbesondere aus gesellschaftsrechtlicher und steuerrechtlicher Sicht - sollte rechtzeitig vor einer Unternehmensübertragung entsprechender Rechtsrat eingeholt werden.

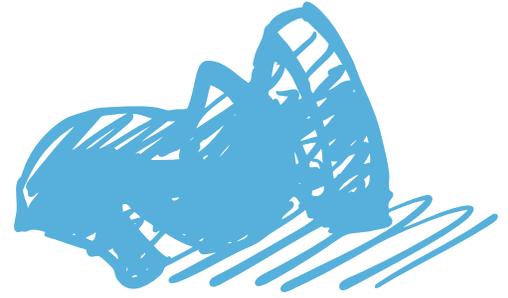
IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Dr. iur. Kerstin Steidte-Megerlin
Rechtsanwältin

SFSK.
Rechtsanwälte | Wirtschaftsprüfer |
Steuerberater | www.sfsk-law.de
Telefon +49 (0)371 90 97 43
steidte-megerlin@sfsk-law.de

Erfolgsbeispiele von Transaktionen: Die Rettung von Krisenunternehmen



99,5 Prozent aller deutschen Unternehmen sind laut Bundesverband mittelständische Wirtschaft KMU. Und diese trifft die Corona-Pandemie mitunter sehr hart. Infolge des Lockdowns kämpfen viele Betriebe mit einem Rückgang ihrer Liquidität – trotz staatlicher Hilfen sind rund 27 Prozent der Unternehmen akut betroffen. Einer Umfrage der DIHK zufolge ist jeder elfte Betrieb von einer Insolvenz bedroht und fast jeder zweite kann seinen Geschäftsbetrieb nur noch maximal drei Monate aufrechterhalten.

Doch auch, wenn eine Insolvenz nicht mehr abzuwenden ist, gibt es verschiedene Wege der Rettung: So kann zum Beispiel die Unterstützung durch einen Investor die Fortführung des Betriebes ermöglichen. Die ABG Consulting-Partner GmbH & Co. KG hat im letzten halben Jahr mehrere Unternehmen bei M&A-Transaktionen im Zuge von Insolvenzverfahren erfolgreich begleitet. Zwei möchten wir hier vorstellen:

Doppelt schwierig – Distressed M&A im Lockdown

Die zur Philion-Gruppe gehörenden Mobilfunkhändler FEXCOM und One Brand Solutions waren, wie viele andere Filialisten auch, durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie in eine wirtschaftliche Schieflage geraten. Ende Oktober 2020 mussten die Unternehmen mit ihren rund 400 Mitarbeitern und 150 Läden Insolvenz anmelden.

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen während des Lockdowns ist dem Sanierungsteam um Rechtsanwalt Joachim Voigt-Salus und Christian Krönert von der Kanzlei VOIGT SALUS, Simon Leopold, Geschäftsführer der ABG Consulting und Rechtsanwalt Stefan Ettelt von der Kanzlei Kulitzscher & Ettelt innerhalb weniger Wochen der Neustart aus der Insolvenz gelungen.

Es wurden verschiedene Sanierungsoptionen geprüft und Gespräche mit verschiedenen strategischen Investoren geführt. Durchgesetzt hat sich am Ende die SafeToNet Family Store GmbH.



Dahinter stehen die SafeToNet Deutschland GmbH sowie die Prokom GmbH, ein Unternehmen von Walter Kraus. Gemeinsam mit den anderen Unternehmungen von Walter Kraus betreibt die Gruppe nun über 260 Mobilfunkstores in Deutschland.

Durch den Einstieg eines Investors konnte der wesentliche Geschäftsbetrieb erhalten bleiben: Mit Wirkung vom 1. Januar 2021 hat die SafeToNet Family Store GmbH im Rahmen eines Asset Deals den Geschäftsbetrieb, 81 Stores und 220 Mitarbeiter übernommen. Auch der Betriebsrat hat konstruktiv an einer Lösung mitgearbeitet und gemeinsam mit den Sanierungsexperten einen Sozialplan mit Interessenausgleich für die Übernahmen der Arbeitnehmer sowie die leider dennoch nötigen Abbaumaßnahmen ausgehandelt.

Die SafeToNet Family Store GmbH möchte mit ihren Filialen zukünftig neben Mobilfunkprodukten auch ein Anlaufpunkt für alle sein, die sich mit Sicherheitstechnologien, insbesondere aber mit dem Thema Kinderschutz im Internet, beschäftigen.

SafeToNet Family Store möchte mit einem neuen Konzept zum Schutz der Kinder vor Mobbing etwas Nachhaltiges bewegen und die Onlinewelt für Familien sicherer machen.



und in Abstimmung mit dem bestellten Insolvenzverwalter, Dr. Nils Freudenberg von der Tiefenbacher Insolvenzverwaltung, in die Gespräche gehen. Das Interesse am Markt war aufgrund der speziellen Ausrichtung auf den Finanzbereich sowie des erfahrenen und fünfsprachigen Teams groß. Dennoch waren die finalen Verkaufsverhandlungen aufgrund des knappen Zeitrahmens und des Gesamtkonstrukts nicht einfach.

Die Geschäftsführerin der WCS, Amra Blume, sowie ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren äußerst engagiert. Gemeinsam ist es gelungen, den Geschäftsbetrieb im Verfahren fortzuführen und eine Investorenlösung zu erzielen. Auch Gläubiger und Geschäftspartner haben zum Erfolg beigetragen: Die WCS war das erste deutsche Unternehmen aus dem Wirecard-Verband, dessen Vermögenswerte verkauft werden konnten.

Neuer Eigentümer ist IDnow, ein Anbieter von Identity-Verification-as-a-Service-Lösungen mit Sitz in München. Das Unternehmen übernahm kurz nach Verfahrenseröffnung im Rahmen eines Asset Deals am 1. September 2020 das Leipziger Call Center. 120 von den zuletzt 150 Beschäftigten wurden übernommen. Auch die ehemalige Geschäftsführerin von WCS bleibt mit ihrer Fachexpertise an Bord.

Wenn Sie mit dem Gedanken spielen, ein Unternehmen zu kaufen oder zu verkaufen, melden Sie sich gern bei der ABG Consulting-Partner. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir eine passende Strategie, so dass auch in schwierigen Zeiten Unternehmenstransaktionen erfolgreich gelingen.



Wirecard-Krimi erfolgreich zum Happy End geführt

Die Wirecard Communication Services GmbH (WCS), ein Leipziger Tochterunternehmen aus der Wirecard-Gruppe, stellte am 3. Juli 2020 einen Insolvenzantrag. Der Fokus des Unternehmens liegt auf dem telefonischen Kundensupport im Finanzbereich sowie der Durchführung von „financial services“ in fünf Sprachen.

Die akute Krise war eine direkte Folge der Insolvenz der Wirecard AG, die Situation im Kontext der Konzerngesellschaft war eine Herausforderung. Es standen nur wenige Wochen für die Transaktion zur Verfügung, so dass schnelles Handeln erforderlich war. Innerhalb kurzer Zeit konnte die ABG Consulting – beauftragt für den Investorenprozess – mehrere Interessenten gewinnen, Besichtigungen im Unternehmen durchführen

IHR ANSPRECHPARTNER



Ronny Baar

Geschäftsführer

ABG Consulting-Partner
GmbH & Co. KG
Telefon +49 351 437 55-46
baar@abg-partner.de

Mit ganzheitlicher Beratung zur besten Strategie für Ihr Unternehmen

Der Verbund im Überblick

ABG-Partner ist ein Beratungsverbund mit den Schwerpunkten Steuer- und Unternehmensberatung, Marketing, Recht und Wirtschaftsprüfung, der 1991 gegründet wurde. An unseren Standorten München, Dresden, Bayreuth und mit einer Kooperation in Böblingen betreuen unsere 120 Fachberater und Mitarbeiter den klassischen, branchenübergreifenden Mittelstand. Ob bei Nachfolge-, Gründungs-, Wachstums- oder Sanierungsprozessen, wir liefern Ihnen die passende Strategie für Ihr Unternehmen und berücksichtigen dabei sowohl finanz- und betriebswirtschaftliche, rechtliche, steuerliche als auch kommunikative Aspekte.

Steuerberater

- Steuerberatung
- Steueroptimierung
- Jahresabschluss
- Finanzbuchhaltung
- Lohndienstleistungen

Wirtschaftsprüfer

- Prüfung von Jahresabschlüssen bei Personengesellschaften, Kapitalgesellschaften, Stiftungen und Vereinen
- Unterschlagungs- und Insolvenzprüfungen
- Prüfung von Baubetreuern, Bauträgern, Maklern, Darlehens- und Anlagevermittlern
- Prüfung von Konzernabschlüssen und Finanzdienstleistern

Unternehmensberater

- Strategische Unternehmensplanungen
- Finanzierungskonzeptionen
- Aufbau- und Ablauforganisation
- Unternehmensbewertungen
- Restrukturierung und Sanierung
- Unternehmenstransaktionen

Rechtsanwälte

(Kooperationspartner)

- Vertragsrecht
- Handels- und Gesellschaftsrecht
- Insolvenzrecht
- Bankrecht
- Immobilien- und Baurecht
- Arbeitsrecht
- Wirtschaftsrecht
- Familien- und Erbrecht

Kommunikationsberater

- B2B-Marketing
- Marken- und Kommunikationskonzepte
- Webauftritt
- Public Relations
- Onlinemarketing | Social Media
- Content Marketing
- Kundenmagazine (Digital & Print)
- Employer Branding
- Krisenkommunikation
- Change Communication

Die Vorteile

- ✓ Fachübergreifende Beratung aus einer Hand: Bündelung der Kompetenzen
- ✓ Schnelle, direkte Kommunikation innerhalb aller Fachbereiche
- ✓ Leistungen nach Fachbereichen variabel zusammenstellbar
- ✓ Feste Kalkulationsbasis

Steuerberatung

Friedrich Geise

Geschäftsführer
Steuerberater
Standorte: München,
Dresden, Bayreuth
Telefon +49 89 139 977-0
geise@abg-partner.de



Annette Stranz

Prokuristin
Steuerberaterin
Standort: Dresden
Telefon +49 351 437 55-47
stranz@abg-partner.de



Karin Renner

Prokuristin
Steuerberaterin
Standort: München
Telefon +49 89 139 977-17
renner@abg-partner.de



Bettina Wanner

Prokuristin
Steuerberaterin
Standort: München
Telefon +49 89 139 977-54
wanner@abg-partner.de



Christine Mösbauer

Geschäftsführerin
Steuerberaterin
Standort: Bayreuth
Telefon +49 921 788 988-10
moesbauer@abg-partner.de



Isabel Franzka

Geschäftsführerin
Steuerberaterin
Standort: Dresden
Telefon +49 351 437 55-49
franzka@abg-partner.de



Kristin Klostermeier

Steuerberaterin
Standort: Dresden
Telefon +49 351 437 55-43
klostermeier@abg-partner.de



Jens Richter

Prokurist
Steuerberater
Standort: Dresden
Telefon +49 351 437 55-32
richter@abg-partner.de



Kooperationspartner

Klaus Förster

Geschäftsführer
Steuerberater
Standort: Böblingen
Telefon +49 7031 217 6-0
boeblingen@abg-partner.de



Consulting

Ronny Baar

Geschäftsführer
Unternehmensberater
Standort: Dresden
Telefon +49 351 437 55-46
baar@abg-partner.de



Simon Leopold

Geschäftsführer
Unternehmensberater
Standorte: Dresden, Bayreuth
Telefon +49 351 437 55-48
leopold@abg-partner.de



Ramona Olenizak

Prokuristin
Unternehmensberaterin |
Bilanzbuchhalterin
Standort: Dresden
Telefon +49 351 437 55-28
olenizak@abg-partner.de



Wirtschaftsprüfung

Gunther Deutsch

Geschäftsführer
Steuerberater | Wirtschaftsprüfer
Standort: München
Telefon +49 89 139 977-0
deutsch@abg-partner.de

Kommunikation

Ilka Stiegler

Geschäftsführerin
Kommunikationsberaterin
Standorte: Dresden, Bayreuth
Telefon +49 351 437 55-11
stiegler@abg-partner.de



Recht

Die Rechtsberatung
wird über die
jeweiligen regionalen
Kooperationspartner
abgedeckt.

Veranstaltungshinweis:

„M&A-Transaktionen erfolgreich gestalten“

Sie planen eine M&A-Transaktion und wollen sich umfassend dazu informieren? In unserer On- oder Offline-Veranstaltung haben Sie die Gelegenheit, sich von Fachleuten mit langjähriger Erfahrung beraten zu lassen und mit ihnen in den Austausch zu treten.

Unternehmensberater berichten von ihren Best Practices erfolgreicher Transaktionen, Steuerberater geben Tipps zur Abgaben-Entlastung und Rechtsfachleute informieren über juristische Fallstricke, die es zu beachten gilt.

Melden Sie sich bei Interesse für die kostenfreie On- oder Offline-Veranstaltung „M&A-Transaktionen erfolgreich gestalten“ gern bei unserer Ansprechpartnerin Nora Körner, koerner@abg-partner.de. Anschließend informieren wir Sie zum Veranstaltungsformat und den Terminen.

M&A-Transaktion geplant? Auf der Suche nach Unterstützung?

Dann senden Sie uns eine E-Mail an Ilka Stiegler, stiegler@abg-partner.de, oder rufen Sie uns an unter: +49 351 437 55-0

oder



QR-CODE SCANNEN
FORMULAR AUSFÜLLEN
ABSCHICKEN

Beratungsverbund ABG-Partner

Steuerberater

Rechtsanwälte

Unternehmensberater

Kommunikationsberater

Wirtschaftsprüfer

München
Romanstraße 22
80639 München
Telefon +49 89 139 977-0
muenchen@abg-partner.de

Dresden
Wiener Straße 98
01219 Dresden
Telefon +49 351 437 55-0
dresden@abg-partner.de

Bayreuth
Wölfelstraße 8
95444 Bayreuth
Telefon +49 921 788 988-10
bayreuth@abg-partner.de

Kooperationspartner
Consulting Böblingen Steuer-
beratungsgesellschaft mbH
Sindelfinger Straße 10
71032 Böblingen
Telefon +49 7031 21 76-0
boeblingen@abg-partner.de

www.abg-partner.de

Herausgeber
ABG Partner GmbH
Friedrich Geise (V.i.S.d.P.)
Romanstraße 22
80639 München
Telefon +49 89 139 977-0
muenchen@abg-partner.de
www.abg-partner.de

Konzept und Umsetzung
ABG Marketing GmbH
Wiener Straße 98
01219 Dresden
Telefon +49 351 437 55-11
kontakt@abg-marketing.de
www.abg-marketing.de

Bildnachweis
www.istockphoto.com
www.freepik.com
Unternehmensfotos
ABG Marketing GmbH
ABG Allgemeine Beratungs-
und Treuhandgesellschaft mbH
Steuerberatungsgesellschaft

Haftungsausschluss
Die Texte sind nach bestem
Wissen und Kenntnisstand er-
stellt worden. Die Komplexität
und der ständige Wandel der
Rechtsmaterie machen es not-
wendig, Haftung und Gewähr
auszuschließen.