

PRESSEINFORMATION

Herausforderungen bei komplexen Carve-outs

Umsetzungskompetenz und operative Erfahrung sind auf Käuferseite unverzichtbar

München, 2. April 2014: Nach der wirtschaftlichen Erholung der letzten Jahre steht die Konzentration auf Kernkompetenzen für viele Konzerne wieder im Mittelpunkt ihrer Aktivitäten. Dazu gehört auch die Ausgliederung von Konzernteilen, sogenannten Carve-outs. Neben den strategischen Investoren interessieren sich zunehmend auch Beteiligungsgesellschaften für diese Targets. Allerdings stellen Carve-outs potenzielle Käufer vor besondere Herausforderungen, die oft unterschätzt werden. Bei einer Herauslösung von Unternehmensteilen gehören operative Erfahrung sowie eine schnelle Umsetzung zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren.

„Konzerne werden sich künftig sehr genau ansehen, an wen sie verkaufen. Neben dem Kaufpreis und der strategischen Ausrichtung des Carve-outs werden Faktoren wie Erfahrung und Reputation des Käufers eine zunehmend wichtigere Rolle spielen“, erklärt Thomas Probst, Vorstand der ADCURAM Group AG. „Als Industrieholding sind wir seit mehr als zehn Jahren am mittelständischen Beteiligungsmarkt im deutschsprachigen Raum und ausgewählten europäischen Ländern aktiv. Während dieser Zeit hat unser Team umfangreiche operative und strategische Expertise aufgebaut, die uns besonders bei Carve-outs und komplexen Situationen einen Know-how-Vorsprung gibt.“

Ermittlung der Stand-alone-Fähigkeit erfordert operative Erfahrung

Vor allem die Ermittlung eines validen Business-Plans ist bei komplexen Carve-outs schwierig. Das liegt insbesondere an der Unvollständigkeit der historischen Daten. „Die vorgelegten Finanzinformationen sind bei Unternehmensausgliederungen oft deutlich weniger aussagekräftig als bei unabhängigen mittelständischen Unternehmen. Umso wichtiger ist es für potenzielle Käufer genügend Erfahrung mit der Analyse und dem Aufbau von Geschäften zu haben, um daraus die notwendigen Zahlen für einen Business-Plan abzuleiten“, erläutert Thomas Probst. „In vielen Fällen ist erstmal zu klären, was überhaupt alles zum Transaktionsobjekt gehört. Das fängt bei der Zugehörigkeit der Mitarbeiter an und hört beim Umgang mit Lizenzrechten auf.“ Die detaillierte Definition und Bewertung objektspezifischer

Kernprozesse sowie die vertragliche Ausgestaltung relevanter Leistungsbeziehungen sind dafür zwingend notwendig.

Die größte Herausforderung beginnt nach dem Kauf

Bei vielen Carve-outs handelt es sich um Betriebsübergaben nach § 613a BGB. Das bedeutet, dass jeder Mitarbeiter ein Widerspruchsrecht hat. In der Praxis erfordert diese gesetzliche Definition eine offene und klare Kommunikation mit allen Mitarbeitern, um einen Verlust an Know-how zu vermeiden. Neben den Finanzrisiken spielt auch der Erhalt bzw. der Auf- und Ausbau des bestehenden ‚Intellectual Capitals‘ eine zentrale Rolle. „Für die frisch formierte Belegschaft ist es wichtig zu sehen, dass das neue Management von Anfang an mit vollem Commitment engagiert ist und sich hundertprozentig für eine erfolgreiche Zukunft des nun selbständig agierenden Unternehmens einsetzt“, erläutert Thomas Probst. „Das bedeutet in der Praxis klassisches Hands-on in allen zentralen Bereichen und Funktionen. Denn die operative und schnelle Umsetzungskompetenz ist ein zentraler Aspekt, der über den Erfolg oder Misserfolg eines Carve-outs entscheidet.“

Über ADCURAM:

ADCURAM erwirbt Unternehmen mit signifikantem Potenzial und entwickelt diese aktiv und nachhaltig weiter. Gemeinsam erwirtschaften die Unternehmen der ADCURAM Group mit rund 3.000 Mitarbeitern weltweit mehr als 600 Mio. EUR Umsatz (2013). Als kapitalstarke Industrieholding in Privatbesitz stehen insgesamt 250 Mio. EUR für Akquisitionen zur Verfügung, die das künftige Wachstum gewährleisten. ADCURAM beschäftigt ein hochqualifiziertes Expertenteam von rund 50 Spezialisten.

Weitere Informationen:

ADCURAM Group AG
Public Relations
Ina Rottmüller
Tel: +49 89 20 20 95 90
Mobil: +49 176 12 00 20 63
E-Mail: ina.rottmueller@adcuram.de
www.adcuram.de/pressebereich

IRA WÜLFING KOMMUNIKATION GmbH
Margret Riedlsperger
Tel.: +49 89 2000 30 39
E-Mail: margret.riedlsperger@wuelfing-kommunikation.de
www.wuelfing-kommunikation.de