



WIE FINDE ICH DEN RICHTIGEN KÄUFER?

Der Prozess der Nachfolgesuche

Alexander Reichel

Berlin, 20.09.2022

Oakstreet
ZIELFÜHREND ZUR
UNTERNEHMENSNACHFOLGE

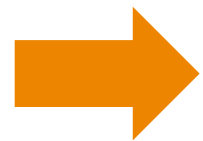
WIE
VIELE

KAUFINTERESSENTEN BENÖTIGEN SIE?

EINEN ?

SAGEN WIR MAL:

3



Wettbewerb auf Käuferseite!

THESE:

ES GIBT KEINEN MANGEL AN KÄUFERN.

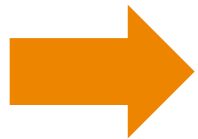
Was es oft nicht gibt: Eine(n) wie mich, nur jünger und mit genügend Geld.

Was es oft gibt: Einen Nachfolger/Käufer mit Mehrwert.

Oakstreet -TIPP

Lösen Sie sich von „Jünger mit mehr Geld.“
Fragen Sie sich:

- Welche Art von Käufer wäre ein Mehrwert für
- (a) Ihr Unternehmen?
 - (b) Ihre Ziele mit dem Verkauf?



Der Weg: Klarheit

KLÄRUNG 1

WAS WILL UND
BRAUCHE ICH?

WAS BRAUCHT
MEIN UNTERNEHMEN?

Umsetzung
Wunsch-
projekte

Erhalt des
Firmen-
namens

Schnelle
Übergabe

Bester
Kaufpreis

Neue
Investitionen

Sicherheit für
meine
Mitarbeiter

Kundenverträge
bleiben

Gleitender
Übergang

Sicherung
des
Standorts

Klares
Konzept







Rück-
beteiligung

???

KLÄRUNG 2

DAS EIGENE GESCHÄFTS- UND ERLÖSMODELL

The Business Model Canvas Designed for: _____ Designed by: _____ On: _____ Month Year Iteration: _____

<p>Key Partners</p>  <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform? Key Partnerships: Distribution Manufacturing Procurement Logistics Research and Development Complementary Products</p>	<p>Key Activities</p>  <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? Key Activities: Production Problem Solving Platform/Network</p>	<p>Value Propositions</p>  <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? Value Propositions: Newness Performance Customization Cost Risk Reduction Convenience Accessibility Integration Compatibility Interoperability Self-Service Flexibility Adaptability Portability Reliability Durability Security Safety Compliance Peace of Mind</p>	<p>Customer Relationships</p>  <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? Customer Relationships: Personal Assistant Self-Service Co-creation Communities Automated Services Concierge Cocreation On-Demand</p>	<p>Customer Segments</p>  <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers? Customer Segments: New Markets New Niches New Markets New Niches New Markets New Niches</p>
<p>Cost Structure</p> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? Cost Structure: Fixed Costs Variable Costs Semi-Variable Costs Cost of Sales Distribution Manufacturing Packaging Transportation Marketing Research and Development Personnel Rent Utilities Wages and Salaries Materials Overhead Interest Taxes Depreciation Amortization Losses Other</p>	<p>Revenue Streams</p>  <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? Revenue Streams: Asset Sale Usage Fee Transaction Fee Subscription Licensing Advertising Commission Rental Leasing Royalty Resale License Franchise Service Fee Usage Fee Transaction Fee Subscription Licensing Advertising Commission Rental Leasing Royalty Resale License Franchise Service Fee</p>			

www.businessmodelgeneration.com

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. See <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> for details. © 2015 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Business Model Generation, Ltd. All rights reserved. This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. See <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> for details. © 2015 Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Business Model Generation, Ltd. All rights reserved.

KLÄRUNG

3

ARTEN VON KÄUFERN



Der mittelständische Investor



Der strategische Investor



Der klassische Nachfolger (MBI)

<https://www.youtube.com/channel/UCUzc3C6bNDEJ4kYzwZbrDDA>

WEN | SPRECHE ICH AN?



Oakstreet -TIPP

Mit der Nachfolge/dem Verkauf kann deutlich mehr erreicht werden, als eine Veränderung im Gesellschafterkreis.

Mit guter Vorbereitung entsteht hierbei die Chance, neue Impulse, neue Kenntnisse und Technologien, neue Markt- und Entwicklungschancen ins Unternehmen zu holen.

Nützen Sie diese Möglichkeit!

1. Käufergruppe mit dem größten eigenen Mehrwert durch den Erwerb Ihres Unternehmen
2. Käufergruppe mit dem größten Mehrwert für Ihr Unternehmen (Klärung 2)
3. Breiter Trichter (Folgefolie: „Wie spreche ich an?)
4. Das Gute liegt oft sehr nah: Familie, Kunden, Lieferanten

WIE | SPRECHE ICH AN?

- Direktansprache
- Berater/Vermittler: Wer hat schon einen Fundus an passenden Kaufinteressenten?
- Breiter Trichter: Onlinebörsen DUB, nexxt, etc.
- MBI-Kandidaten: LinkedIn, Xing, Berufsnetzwerke
- Messeverzeichnisse, Verbände, Netzwerk



WOMIT/ MIT WELCHEN UNTERLAGEN

SPRECHE ICH AN?

- Teaser/Kurzexposé
- Detailexposé

Unternehmenskurzprofil I

Firmenübersicht

Rechtsform: GmbH
 Stammkapital: 50.000 EUR
 Standort: Musterstraße 1, 80000 Musterstadt
 Gründungs: Die Gesellschaft wurde durch notarielle Urkunde vom 01.01.2010 gegründet und ist unter HRB 100000 im Handelsregister des Amtsgerichts Musterstadt eingetragen.
 Immobilie: Angemietete Büro- und Produktionsräume im Gewerbegebiet von Musterstadt.
 Kaufpreis: Der Verkaufspreis für den Erwerb von 100% der GmbH-Anteile soll das langjährig herausragende Ergebnis und das zusätzliche Marktpotential widerspiegeln. (Share Deal, cash and debt).

Kunden, Vertriebskanäle und Marketing

Der Vertrieb der 3D-Industriedrucker erfolgt zum einen vom Standort Musterstadt als Direktvertrieb, zum anderen besteht eine Vertriebskooperation mit der Maier Maschinenbau GmbH mit Standort Hamburg.
 Zum Kundenkreis der Muster 3D-Druck GmbH zählen renommierte große und mittelständische Unternehmen aus der europäischen Flugzeug- und dem im Zentrum der Marketingaktivitäten stehen Auftritte auf relevanten Branchenmessen in Europa.

Partner des M&A-Netzwerks con|cess
 Verkauf | Unternehmensexposé für N.N.

Produkte und Dienstleistungen

Ein Foto-Labor ist die Muster 3D-Druck GmbH das Spezialist für die

Organisation und Management

Organigramm

Geschäftsführung (1 MA)

Assistenz (1 MA)

Leitung Produktion (35 MA)

Leitung Entwicklung (10 MA)

Produktion (mechan./elektrotechn.)

Konstruktion

Inbetriebnahme

Software

Service

Technische Dokumentation

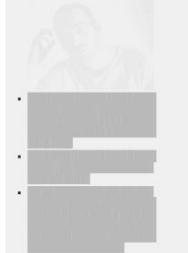
Qualitätssicherung

Qualitätssicherung

Schulungen

Geschäftsleitung

Die Geschäftsführung der Muster 3D-Druck GmbH obliegt heute Herrn Max Mustermann.



Oakstreet

Partner des M&A-Netzwerks con|cess
 Verkauf | Unternehmensexposé für N.N.

Stärken des Unternehmens

Etablierter Spezialist mit klarem Fokus

Die Muster 3D-Druck GmbH hat sich als Spezialist für 3D-Hochleistungsdrucker für die Flugzeug- und Maschinenbaubranche am Markt eine etablierte Stellung erarbeitet und wird als DER Spezialist für seine Zielgruppe wahrgenommen.



Partner des M&A-Netzwerks con|cess
 Verkauf | Unternehmensexposé für N.N.

Oakstreet

WAS | NUN?

Sie haben Kaufinteressenten.

➔ WIE GEHT ES JETZT WEITER?

- Nützen Sie den Wettbewerb auf Käuferseite
- Mehr unter
 - #Indikatives Angebot
 - #Verhandlung
 - #LOI



IHR PARTNER IN DER UNTERNEHMENSVERMITTLUNG



Melden Sie sich mit Ihren weiteren Fragen gerne direkt bei mir.

Beste Grüße

Alexander Reichel

Geschäftsführender Gesellschafter

Oakstreet GmbH

Eichenstr. 29

82110 Germering

+49 89 8900 9301

+49 176 207 84 285

a.reichel@oakstreet.de

www.oakstreet.de

Oakstreet

ZIELFÜHREND ZUR
UNTERNEHMENSNACHFOLGE