

Immaterielle Werte – Ansatzpunkte zum Steigern der Insolvenzmasse

QuestKonzept



Rosenheim, März 2011

Investoren sind gerade an den immateriellen Werten des insolventen Unternehmens interessiert – sie müssen "verkauft" werden

Zusammenfassung

- Immaterielle Werte wie Markennamen, Patente, Lizenzen, Kundenbeziehungen oder Marktzugang werden immer wichtiger und sind oftmals der entscheidende "Erfolgsfaktor" in vielen Unternehmen
- Auch in insolventen Unternehmen sind immaterielle Werte vorhanden – sie werden jedoch oftmals einfach nicht ausreichend genutzt
- Für strategische Investoren sind häufig die immateriellen, nicht sichtbaren Werte, wichtig - und nicht die Substanzwerte aus Anlagen, Gebäude und Maschinen
- Dennoch ist für die Kaufpreisverhandlungen traditionell das Masseverzeichnis die Verhandlungsgrundlage – immaterielle Werte sind hier meistens nur enthalten, wenn sie auch bilanziert sind
- Immaterielle Werte sind jedoch nicht als kostenlose Beigabe zu den materiellen Vermögensgegenständen zu sehen – sie müssen daher bewusst verkauft werden
- Durch Identifizierung und Bewertung kann der Insolvenzverwalter einen Mehrwert für die potentiellen Erwerber schaffen, die Kaufbereitschaft erhöhen und somit die Insolvenzmasse steigern – der Erwerber wird nur für immaterielle Werte bezahlen, wenn er den Mehrwert vorgerechnet bekommt
- Wir haben einen Beratungsansatz entwickelt, um immaterielle Werte aufzudecken, zu begründen und zu vermarkten. Mit diesem Ansatz konnten wir gemeinsam mit dem Insolvenzverwalter einen Goodwill beim Verkauf insolventer Unternehmen erzielen

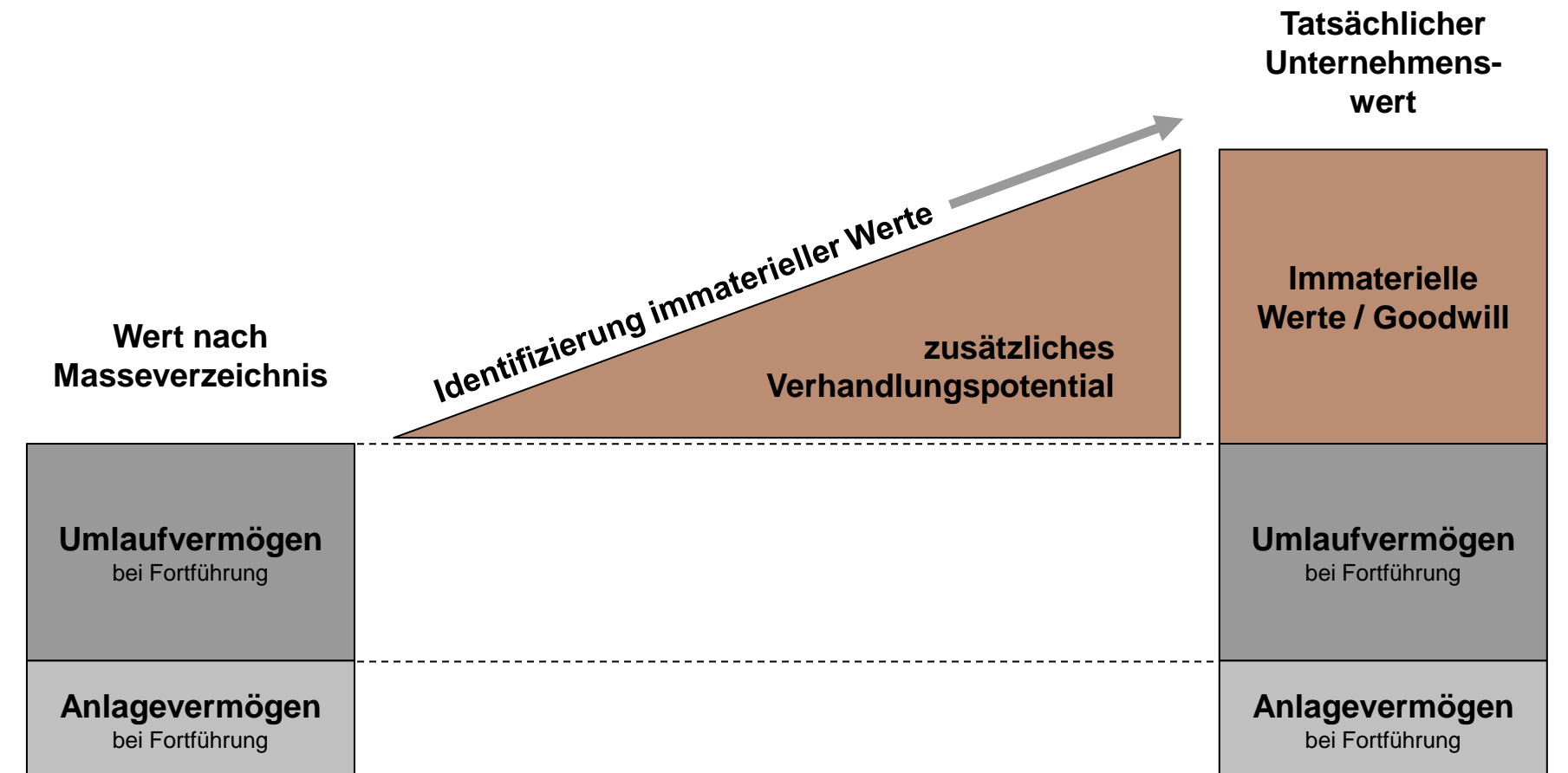
Das Problem: Immaterielle Werte sind nicht immer sichtbar – sie sind aber häufig der entscheidende Erfolgsbringer im Unternehmen

Was sind immaterielle Werte?

Kategorie	Beispiel	In Bilanz sichtbar?
Human Capital	Mitarbeiterknowhow, Mitarbeitermotivation /-zufriedenheit	unsichtbar
Process Capital	Aufbau- und Ablauforganisation, Qualitätssicherung	unsichtbar
Innovation Capital	Patente, Geschmacksmuster, Marktvorsprung	unter Umständen sichtbar
Location Capital	Infrastruktur, Zugehörigkeit zu regional Cluster, Kundenfrequenz, Arbeitskraftverfügbarkeit, Zulieferer- & Rohstoffnähe, Zugang zu Wissen (z.B. Uni)	unsichtbar
Customer Capital	Markenname, Marktzugang /-segment, Marktanteil, Kundenzufriedenheit, Kundenloyalität, Rahmen- & Absatzverträge, exklusive Listings	unter Umständen sichtbar
Supplier Capital	Lieferkette, Lieferantenbindung, Marktmacht, Rahmenverträge, exklusive Listings	unsichtbar
Investor Capital	Fremdkapitalgeber mit Forführungsinteresse	unsichtbar

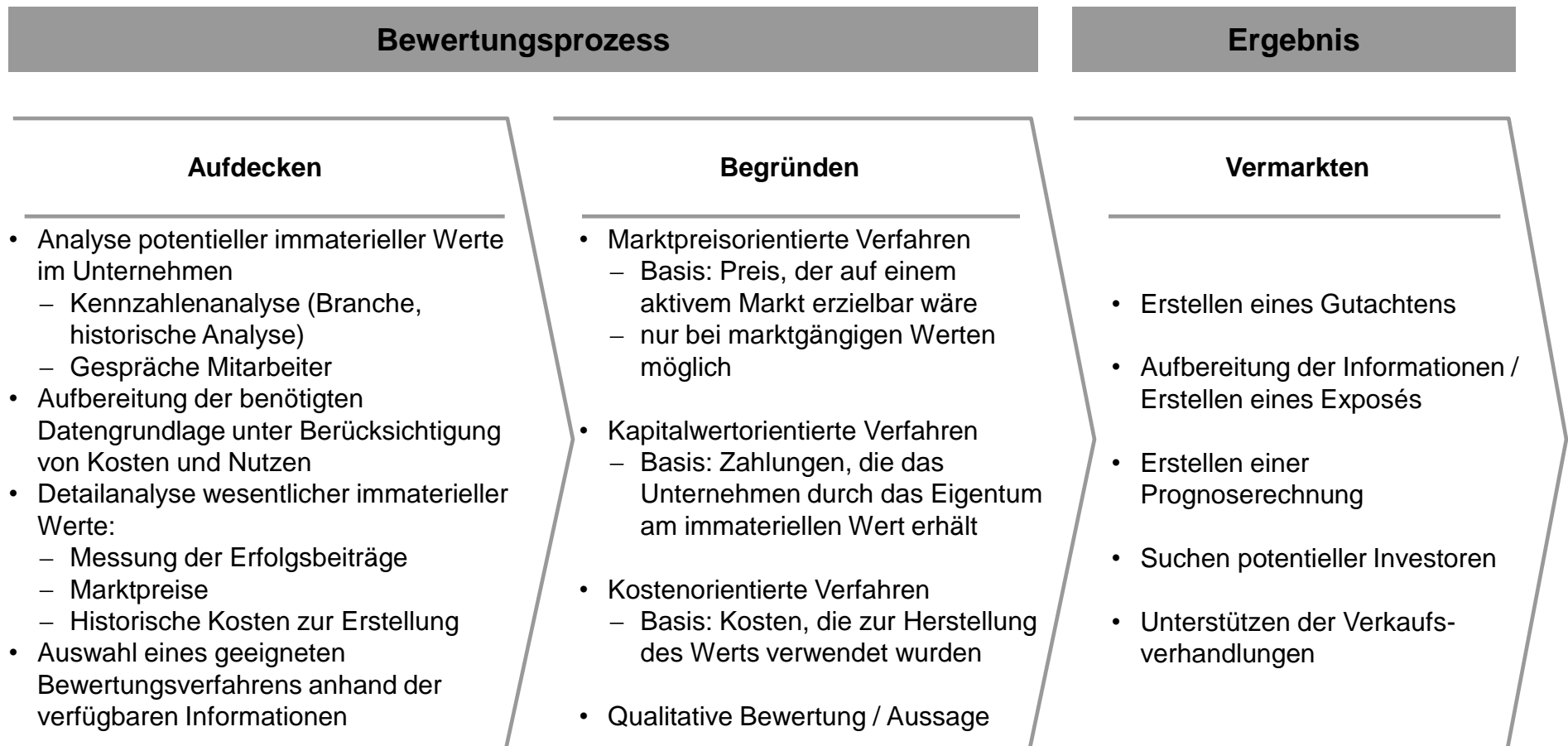
Der Insolvenzverwalter kann die Masse steigern, wenn er den Investor überzeugt, dass er mehr erwirbt als das materielle Vermögen

Beitrag immaterieller Werte zum Unternehmenswert



Mit unserem Beratungsansatz decken wir die relevanten Werte auf, begründen sie und legen die Basis für die Vermarktung

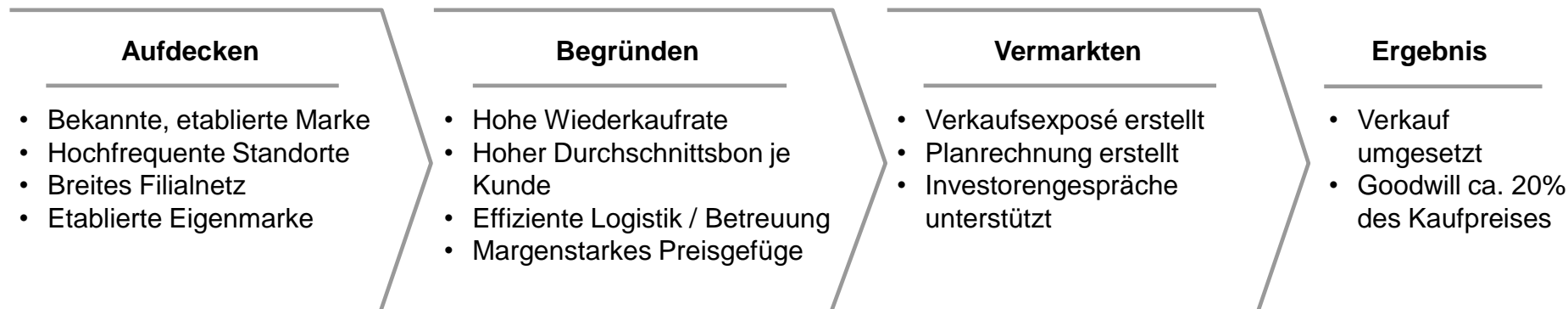
QuestKonzept: Bewertung und Verkauf immaterieller Werte



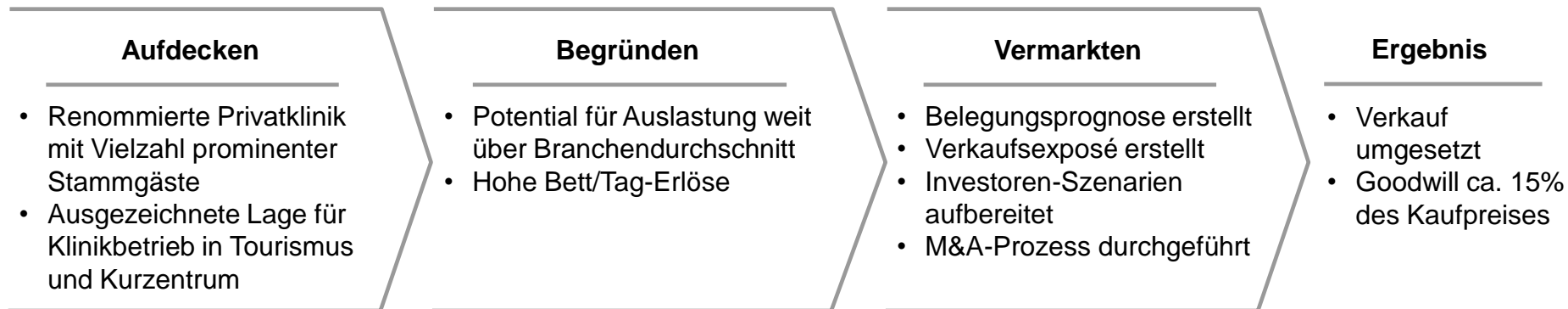
Damit konnten wir gemeinsam mit dem Insolvenzverwalter die Investoren überzeugen – und einen höheren Verkaufspreis erzielen

QuestKonzept: Beispiele für die erfolgreiche Vermarktung immaterieller Werte

Reformhauskette in der Insolvenz



Privatklinik in der Insolvenz



Wir freuen uns darauf, diesen Ansatz mit Ihnen in einem gemeinsamen Termin zu diskutieren

Ihre Ansprechpartner



Albert Hager

Tel. 0171 / 141 37 29

albert.hager@questconsulting.de



Matthias Schröder

Tel. 0151 / 108 18 281

matthias.schroeder@questconsulting.de

Büro Rosenheim

Kunstmühlstraße 12a

D-83026 Rosenheim

Tel +49 8031 408 66 10

Fax +49 8031 408 66 11

Büro München

Rosenheimer Str. 145c

D-81671 München

Büro Augsburg

Franz-Kobinger-Str. 7a

D-86157 Augsburg

Büro Stuttgart

Eichwiesenring 1/1

D-70567 Stuttgart