



Wie kann AWCFC Ihren Verkaufsprozess unterstützen?

AW CORPORATE FINANCE CONSULTING GMBH

JUNI 2025

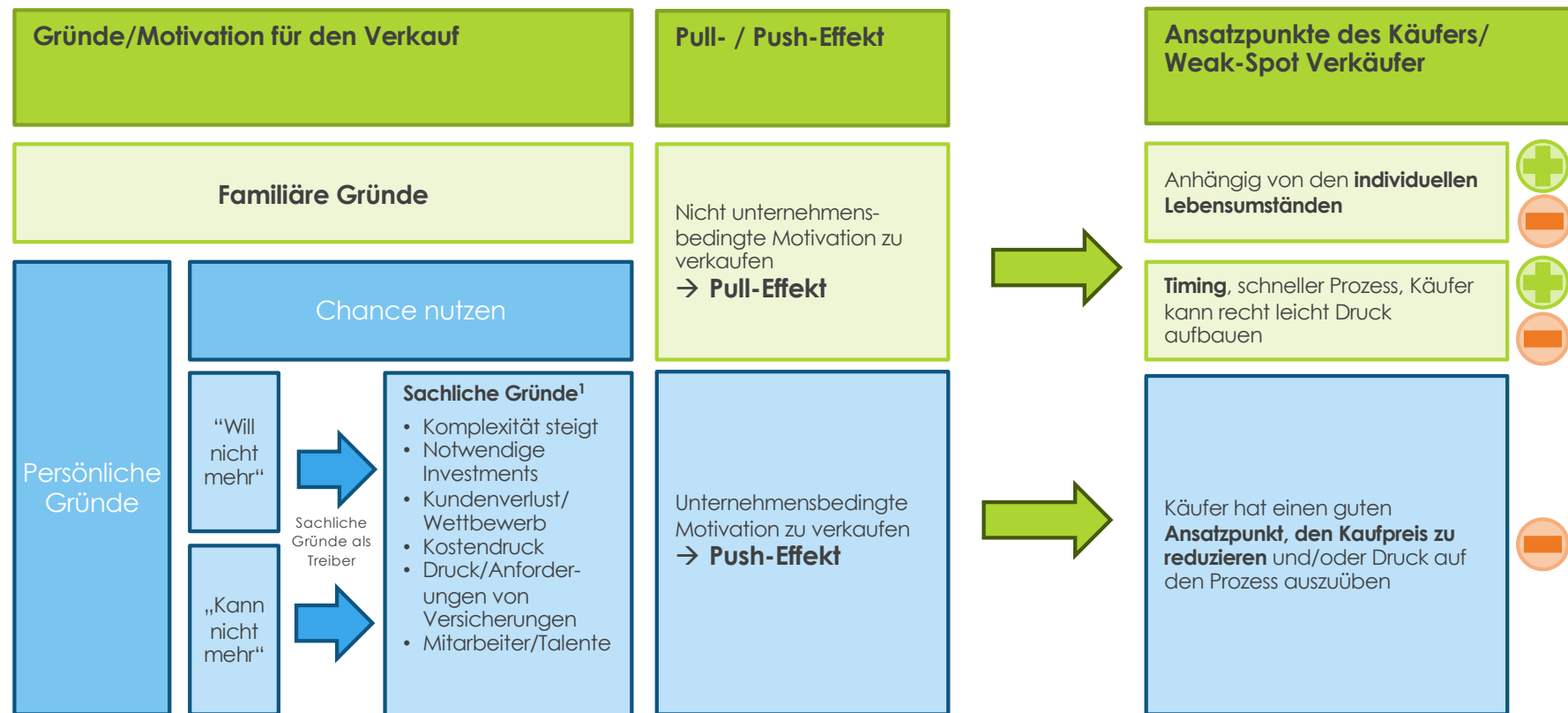
Der **M&A-Berater** auf der Verkäuferseite schafft einen ähnlichen Mehrwert wie der Versicherungsmakler auf Seiten des Versicherungskunden: Richtiges Produkt und Versicherungsschutz, bester Preis, Schutz vor dem Wissensvorsprung der Versicherung, Unterstützung bei der Kommunikation mit einem erfahrenen Vertragspartner; der Makler als "Anwalt" des Versicherungsnehmers

Was kann man aus den Verkaufstransaktionen anderer Versicherungsmakler lernen¹:

- ▶ Die **Motivation** und/oder **Gründe** für den Verkauf analysieren und verstehen:
 - ▶ Warum will ich verkaufen?
 - ▶ Welche Ziele damit erreichen?
 - ▶ Was sind die Nebenbedingungen und der Einfluss auf meine Stakeholder?
- ▶ **Käufertyp bestimmen** - nicht jeder Käufer ist gleich. Vom Stil, von den Bedürfnissen und Zielen. Folglich müssen folgende Fragen geklärt werden:
 - ▶ Was ist für mich der am besten passende Käufertyp?
 - ▶ Wo haben Käufer strategische Lücken oder Defizite im Portfolio (Produkte, Kundentyp, Region, etc.)
 - ▶ Welcher Käufer hat einen „Nachholbedarf“? – z.B. Wachstum geht nicht schnell genug
 - ▶ Welche Art von Verkaufsprozess stiftet mir den größten Nutzen? – Was will ich maximieren, was will ich minimieren?
 - ▶ Wie verhalte ich mich strategisch und taktisch während des Verkaufsprozesses?
 - ▶ Wie steuere ich den Prozess und behalten die Interpretationshoheit über die Daten und Informationen
 - ▶ Wie schütze ich meine Interessen?

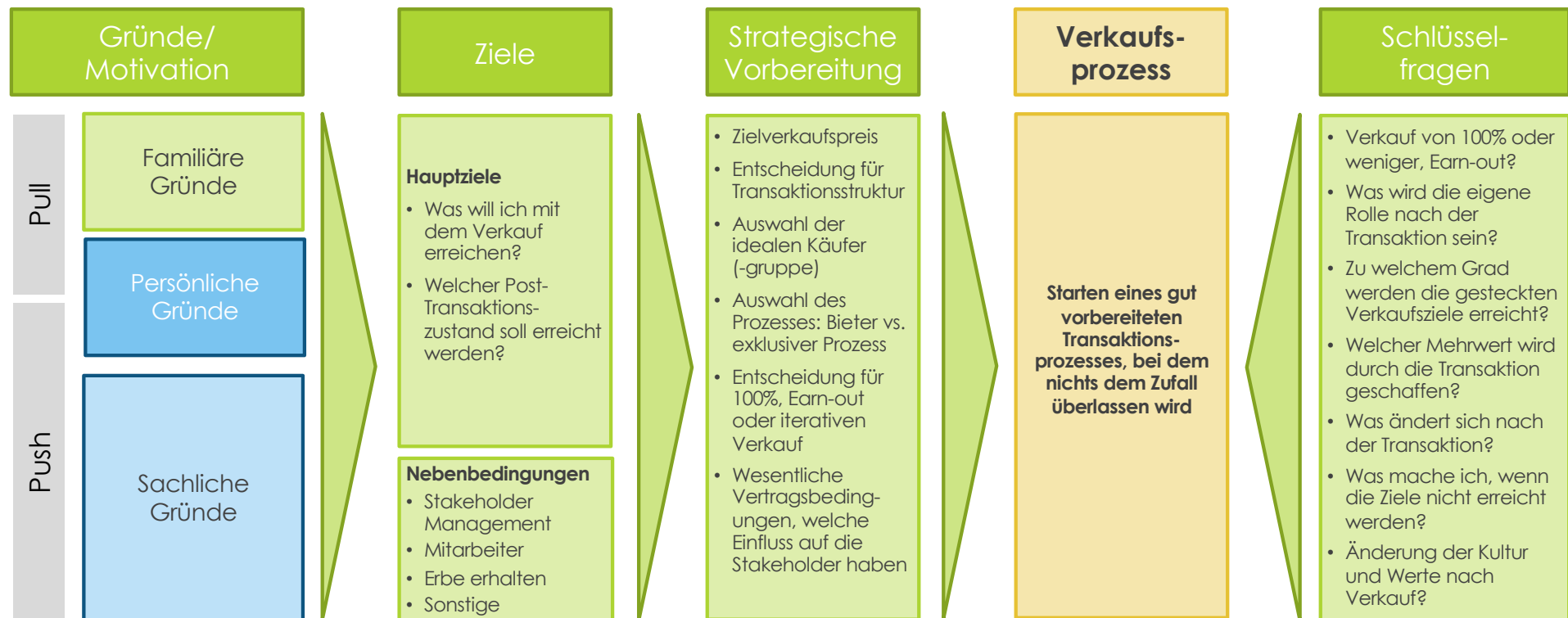
Logische Folge: Genauso, wie ein Versicherungsnehmer einen Berater (Makler) an seine Seite bringt, um die beste Police zu finden, so sollte sich auch ein Verkäufer/in schützen, indem er sich einen M&A-Berater an seine Seite holt!

Die Motive und Gründe für einen Verkäufer führen dazu, dass entweder der Verkäufer oder der Käufer einen besseren Ausgangspunkt für die Verhandlungen hat. Eine entsprechende Verkaufsstrategie sollte Vorteile nutzbar machen oder Nachteile reduzieren



Eine **Analyse** der **Motive** und **Gründe** für den Verkauf sind der **Schlüssel** für die **Verkaufsstrategie** und um taktisch im Verkaufsprozess die Oberhand zu behalten

Abgeleitet aus den Gründen und der Motivation für einen Verkauf, bestimmen die Ziele des Verkäufers die strategische und taktische Ausrichtung des Verkaufsprozesses – einschließlich der Bestimmung der potenziellen Käufer



Fazit: Es ist wichtig, herauszuarbeiten, welche Ziele man mit dem Verkauf erreichen will und was dies für die durch den Verkauf Betroffenen und andere Stakeholder bedeutet

Eine **klare Empfehlung** ist, dass die Ziele vor der Ansprache von möglichen Käufern definiert werden und auch Klarheit herrscht, inwiefern der Verkauf Einfluss oder einen Effekt auf die beteiligten Stakeholder hat

Ziele Definieren

► **Ein (!) Hauptziel** (Beispiele): ●

- Bestimmter Kaufpreis oder
- Schneller Exit oder
- Earn-out Struktur oder
- Iterativer Verkauf

Empfehlung:

An dieser Stelle die klare Empfehlung, dass, sollte der Verkäufer mehrere Ziele wählen, diese nicht in Konkurrenz zueinander stehen sollten!

► Gibt es **Nebenziele**?

- Stehen die Nebenziele in Konkurrenz zu dem Hauptziel?
- Welchen Einfluss haben die Nebenziele auf die Erreichung des Hauptziels

► **Nebenbedingungen** verstehen, was ist der Effekt/Einfluss auf die Stakeholder

- Mitarbeiter ●
- Mitgesellschafter
- Kunden
- Familie
- Geschäftspartner

Es kommt nicht selten vor, dass ein Verkaufsprozess abgebrochen wird, da dem Verkäufer zu Beginn des Prozesses z.B. nicht bewusst war, welche Änderung nach Verkauf auf die Mitarbeiter, die internen Prozesse und die Compliance Regelungen zukommen

Klar definierte Ziele vereinfachen die Steuerung und Strukturierung des Transitionsprozesses und erlauben eine Neuausrichtung des Prozesses, wenn die Ziele sich ändern

Aus den Zielen des Verkäufers sollte in einem nächsten Schritt abgeleitet werden, welcher Käufertyp zu diesen Zielen passt

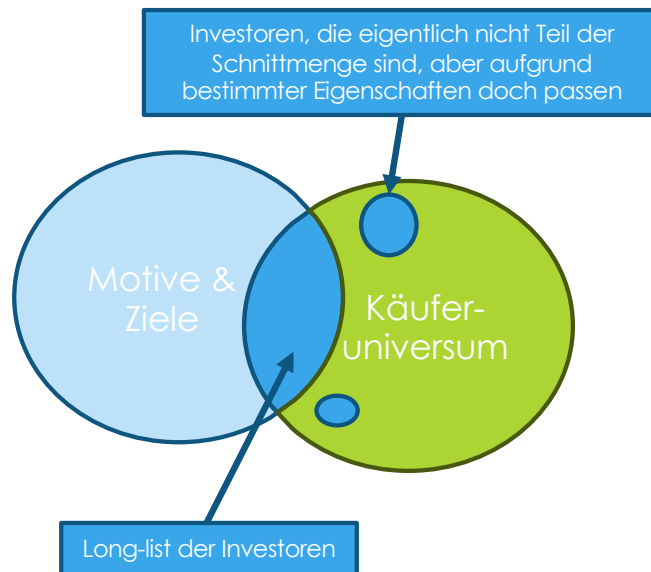
Welche Käufertypen gibt es?

Strategie		Finanzinvestor	Sonstige (spielen in der Praxis eine untergeordnete Rolle)	
Strategische Investoren	PE Großmakler	Private Equity/ Family Office	Maklerkollege	Merger
• Pure Strategen: Akquisition folgt einer klaren unternehmerischen Strategie • Erweiterung des Kundenstamms, Lücken schließen, Synergien heben	• Private Equity-Investor im Hintergrund • Wachstum, Expansion, neue Märkte erschließen, kritische Größe erreichen, um an einen Dritten verkauft zu werden (Strategie oder noch größeres Private Equity-Haus)	• Plattform vorhanden: Erweiterung Kundenstamm, Lücken schließen, Synergien heben • Neue Plattform: Wachstum und Expansion • Family Office: Oftmals ein Zwitter zwischen Strategen (kein Verkauf) und PE-Investoren (PE Buy-and-build)	• Abgabe des Geschäfts an einen (befreundeten) Maklerkollegen, der das Geschäft in gleicher Form weiterbetreibt	• Zusammenschluss mit einem oder anderen Makler, um entweder Größe zu schaffen oder strategische Vorteile nutzbar zu machen • Aufbau einer eigenen Akquisitionsplattform oder als Abgabe in Fremdgeschäftsführung

- ▶ Jeder Käufertyp hat ein besonderes Differenzierungsmerkmal, das ihn definiert oder auszeichnet und dadurch von anderen Käufern unterscheidet
- ▶ **Aber Vorsicht:** der Teufel liegt wie so oft im Detail. Nicht jedes PE ist gleich und auch nicht jeder Strategie!

Das Finden des passenden Käufertypen sollte als Orientierung zu einer Art von Käufern gesehen werden und immer den individuellen Käufer, die Ausnahme, berücksichtigen

Auswahl der potenziellen Käufer



Quelle: eigenen Darstellung

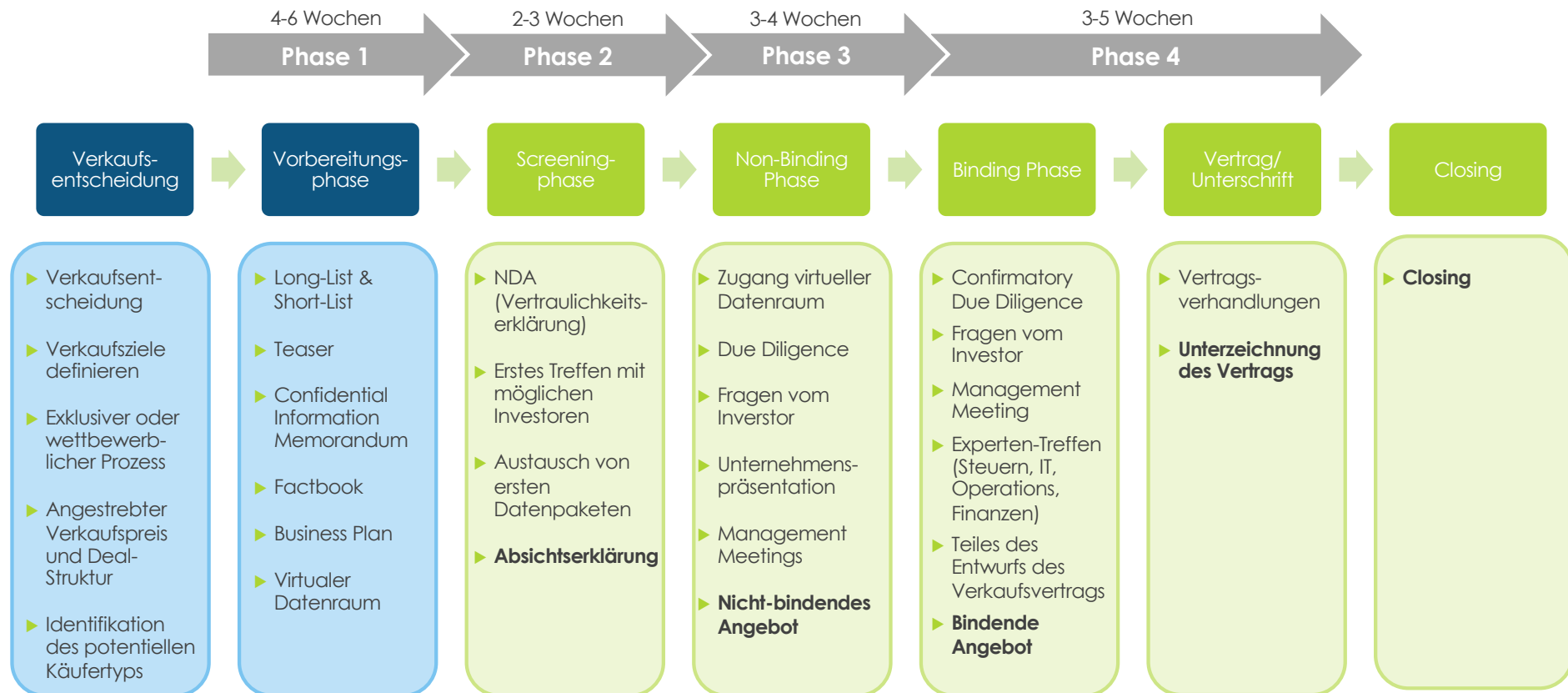
Prozess der Auswahl von möglichen Käufern

- ▶ Um die **passenden Investoren** oder **Käufer** zu identifizieren, vergleicht man die Eigenschaften und Charakteristika der Käufertypen mit den eigenen Zielen und sucht Überschneidungen
- ▶ In der Regel wird dann nochmals das Käuferuniversum nachgebessert, da individuelle Käufer nicht immer in das Standardkörbchen passen, in dem sie eingeordnet sind
- ▶ Die Liste dieser Investoren sammelt man auf einer sogenannten „**Long-List**“, die dann im nächsten Schritt zu einer sogenannten „**Short-List**“ verkürzt wird. Die Unternehmen auf der „**Short-List**“ werden dann angesprochen und das Interesse in der Regel anonym getestet
- ▶ Bei einem **positiven Feedback**, steigt man in den Transaktionsprozess ein und beginnt mit den Gesprächen und tauscht Daten und Informationen aus

M&A Prozess | Überblick über einen typischen M&A Verkaufsprozess

7

Wenn der M&A Prozess nicht gut vorbereitet und ausgeführt wird, kann dies negativen Einfluss auf das Tagesgeschäft haben und das Ziel, einen erfolgreichen Verkaufsprozess zu führen, stark gefährden



AW Corporate Finance Consulting GmbH ist eine M&A- und Unternehmensberatung, die sich auf das Financial Services-Umfeld spezialisiert hat



Drei Beratungsfelder

M&A Beratung

Transaktionsunterstützung

Unternehmensberatung



Beratungsschwerpunkt

Versicherungsmakler

Asset Manager

Sonstige FS-Unternehmen



Kernprodukte

Strategische M&A Beratung

M&A Beratung (Verkauf & Kauf)

Businessplan (Review/Erstellung)

Projektmanagement

Unternehmensbewertung



Alexander Weiterer
Gründer & Geschäftsführer

Über die AW Corporate Finance Consulting:

- Die Beratungsgesellschaft wurde 2024 von Alexander Weiterer gegründet
- Der Gründer ist ein ehemaliger KPMG-Partner mit mehr als 15 Jahren Erfahrung als M&A- und Transaktionsberater auf internationalen (Groß-)Projekten und ist Mitautor des NOMOS-Kommentars zum Versicherungsaufsichtsgesetz
- Die Expertise baut auf der Erfahrung auf, Mandanten wie Allianz, Zurich, Generali, MunichRe/ERGO aber auch nationale Versicherungen und (Groß-)Makler sowie Asset Manager und Private Equity-Häuser bei Transaktionen und anderen Projekten unterstützt zu haben

Für Angebote und Fragen kontaktieren Sie uns gerne

AW Corporate Finance Consulting GmbH

Ludwig-Ganghofer-Str. 1

82031 Grünwald

AG München, HRB 295767

Geschäftsführer Alexander Weiterer

www.awcfc.de

E: alexander.weiterer@awcfc.de

T: +49 89 809 59757

Unsere Reputation schöpft sich aus Ihrer Zufriedenheit. Und dafür arbeiten wir!