

Zukunftssicherung durch Zukauf und Kooperation im Energiehandel

UNITI expo



14. - 16. Juni 2016, Messe Stuttgart

Marcus Schäfer, Rechtsanwalt

- 1995 gegründet
- Seit 2003 ausschließlich im Energiehandel tätig
- Schwerpunkte: Energiesteuerrecht
Überfüll- und Befüllschäden
Forderungsmanagement
Insolvenzanfechtung
Unternehmenskäufe und -verkäufe
im Energiehandel
- Dreizehn Mitarbeiter, darunter drei Berufsträger



- 2016 gegründet
- „betriebswirtschaftliche Komponente zur Kanzlei“
- Vermittlung von Käufern im Unternehmensverkauf
- Identifikation und Ansprache von Unternehmen beim Unternehmenszukauf

Rahmenbedingungen im Energiehandel

- Marktvolumen für HEL ist fallend
- Politische Rahmenbedingungen latent negativ
- AVwS und TRwS 791 wirkt negativ
- TRwS 791 Teil 2 wird verschiedenen Anlagen „den Garaus machen“
- „Deutschland macht plus“ wird das in der zweiten Auflage auch nicht rausreißen

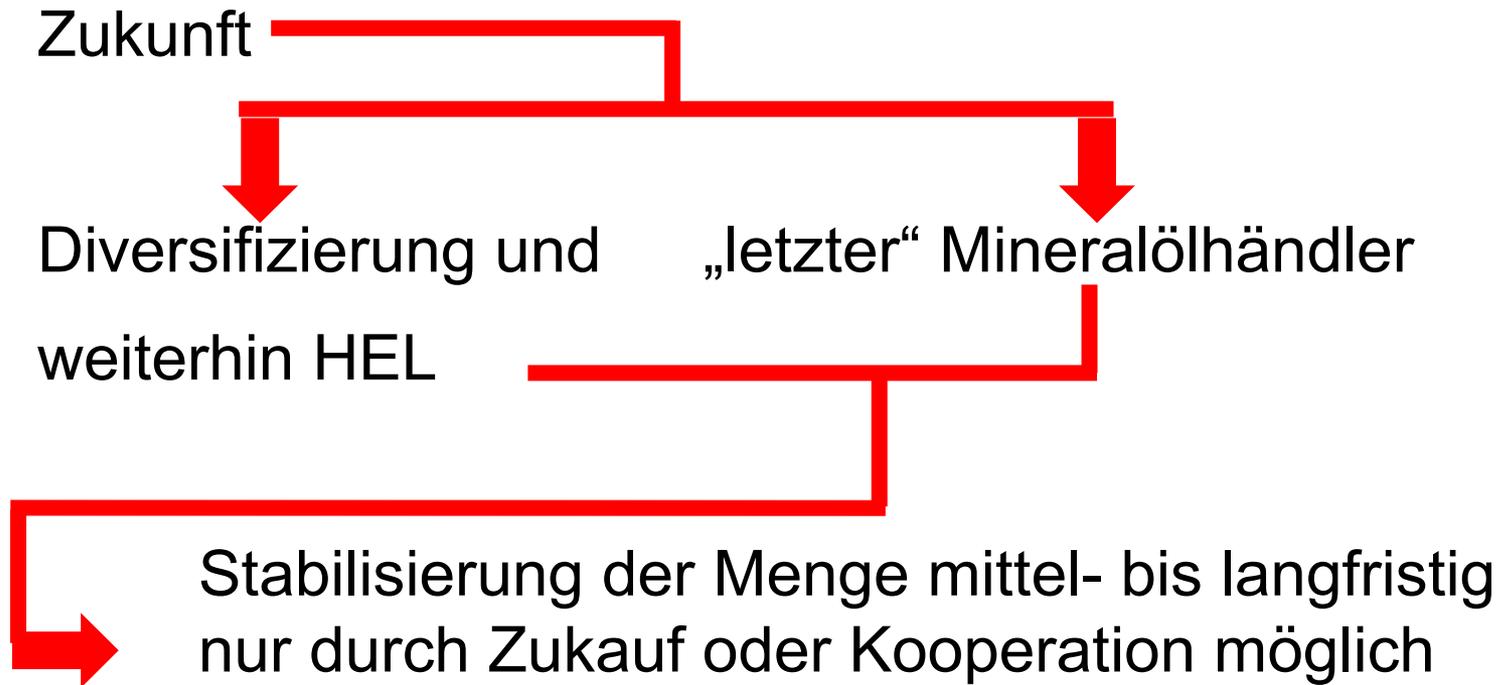


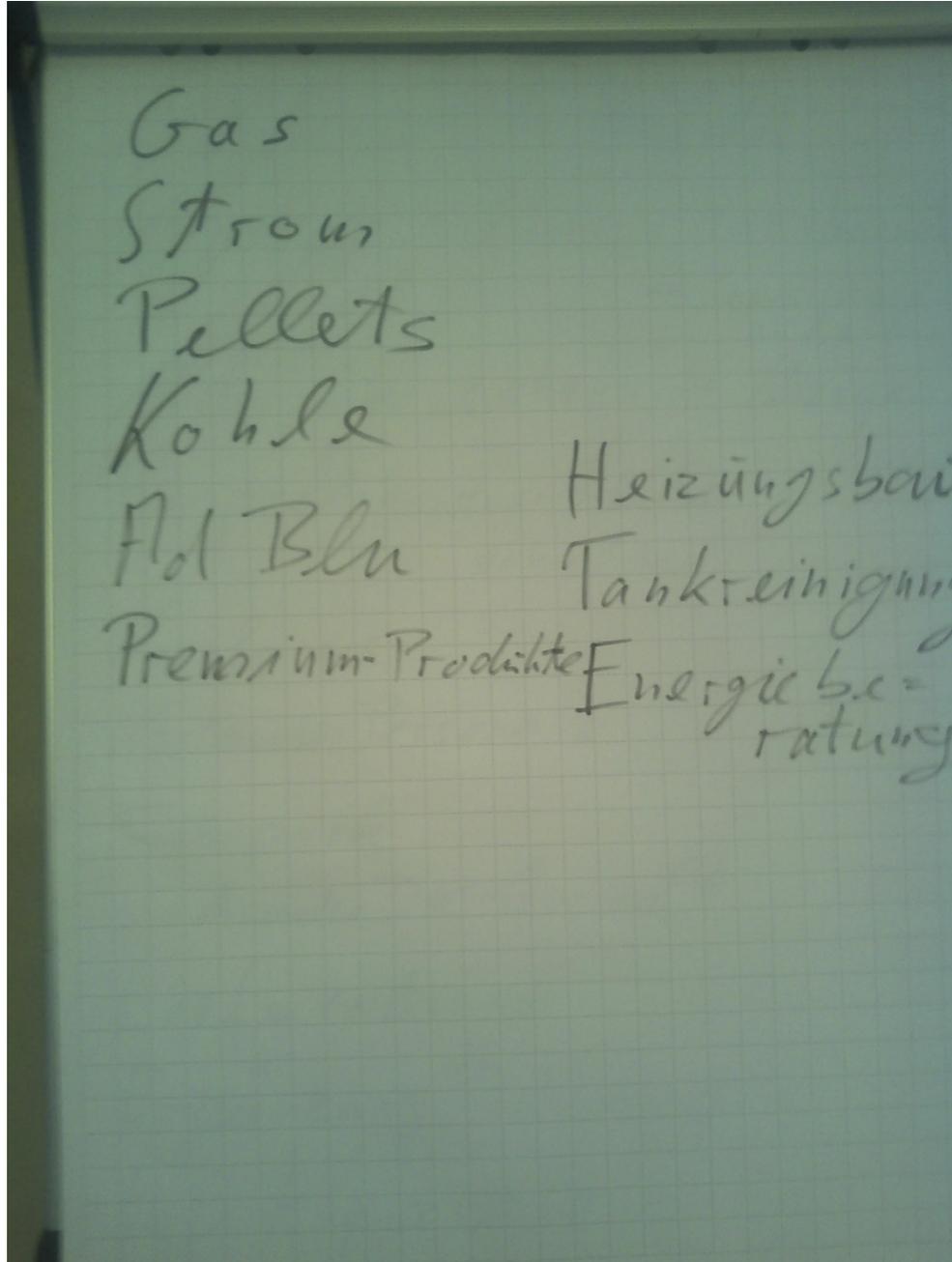
Rahmenbedingungen im Energiehandel

- Unternehmen unter einer Größenordnung von 25.000 bis 30.000 m³ HEL und DK (ohne DK-Großpartien) sind mittel- bis langfristig nicht mehr rentabel
- 2013 war ein sehr gutes Jahr
- 2014 Rückgang: HEL-15,2%; DK+2,1%; OK+0,6%
- 2015 noch mal: HEL-4,0 %; DK+3,3%; OK-1,6%
- 2016 1.Quartal: HEL+2,5%; DK+6,6%; OK+1,6%
- Seit Mai 2016 Flaute: es wird schwer 2015 zu halten
- Befüllstand der Tanks: überdurchschnittlich



Rahmenbedingungen im Energiehandel





Diversifizierung

Tankstellen	mittelfristig gut
Schmierstoffe	mittel- und langfristig gut
Gashandel	mittelfristig geringer Ertrag
Stromhandel	kaum Ertrag möglich
Pellethandel	weiter leicht steigend, aber auch unter Preisdruck und fallenden Margen
Scheitholz	lokal unterschiedlich und Nischenprodukt



Diversifizierung

Speicherstrom

in der Zukunft bei neuen
Speicheroptionen interessant

Energiedienstleistungen

**Aber in allen Fällen mit der weiteren Aktivität als
Mineralölhändler verbunden**

Hier bedarf es zur Erhaltung der Menge gegebenenfalls
des Zukaufs



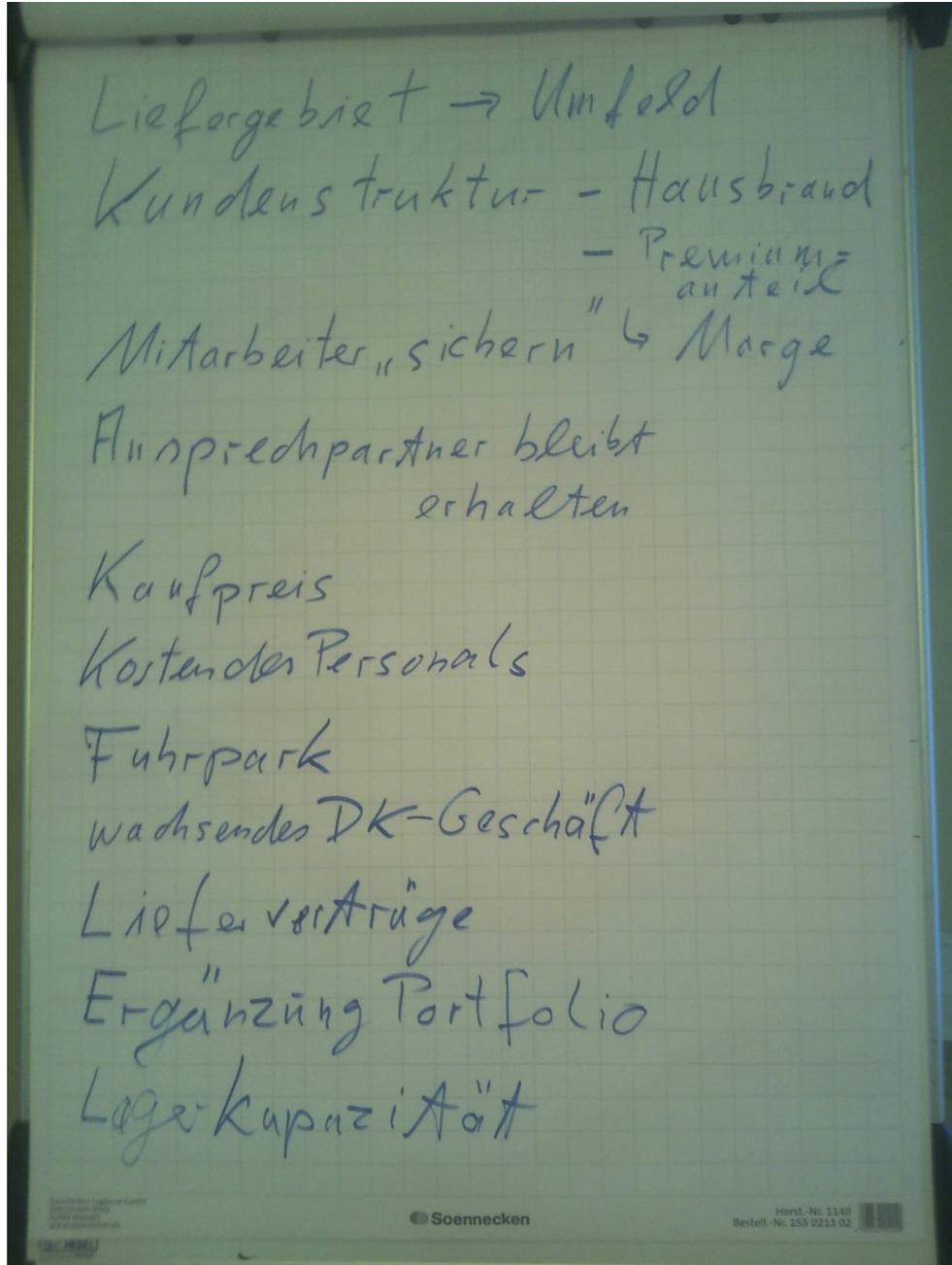
Übernahmekandidaten

Händler mit ausschließlich HEL vertreiben und unter 10.000 m³ liegen, dürften bald Liquiditätsschwierigkeiten haben. Dies wird durch notwendige Investitionen noch begünstigt.

- Im Fokus stehen die potentiellen Problemhändler kleiner 10.000 m³ oder
- solche Unternehmen ohne Nachfolger

Worauf legen Käufer wert?





Ruf des Unternehmens
Teil des Unternehmens
Strategische Ausrichtung



These zu Übernahmekandidaten

- Unternehmen, die von einem Inhaber, der altersbedingt und aus Mangel an Perspektive und/oder Nachfolgern verkauft werden, sind schlechter als
- aktive Unternehmen von einem Unternehmer, der zwar langfristig keine Perspektive hat, aber mittelfristig auch alleine überleben würde.
- Aber auch Unternehmer, die in den Ruhestand gehen, achten darauf, was mit ihren Kunden passiert und wie die Sache weitergehen soll.



Herangehensweise

Wie identifizieren Sie solche Übernahmekandidaten und wie gehen Sie dabei vor?

- Warten, bis einer auf Sie zukommt?
- Ansprache der z.B. durch Belieferung bekannten Unternehmen?
- Regelmäßiger Kontakt zu Barfeld etc.?
- Allgemeine Werbung – und wenn wie?
- Rundbrief / Anzeige im Brennstoffspiegel?
- Gezielte Ansprache?



Wo drückt den Übergeber der Schuh?

- Logistik und Fahrzeugtechnik
- Fixkosten Fahrzeug/Fahrer zur Menge
- Versorgungssituation/Sicherheiten bei Vorlieferant
- Keine Lust auf Administration insbesondere Rechnungswesen und Mahnwesen
- Unternehmer als Fahrer fällt weg



Argumente für den Übergeber

- Versorgung und Betreuung der Kunden
- Schlüssiges Konzept der Belieferung und Fortführung
- Zukunft und Sicherheit für die Mitarbeiter
- Überzeugende Lösungen, die die Verkäufer zumindest in der Übergangszeit mittragen können
- Chemie mit dem Käufer/Kooperationspartner
- Eigenes Umfeld, in dem der Übergeber weiter agiert
- Kaufpreis



Angebot an den Übergeber

Man macht an den Händler ein Angebot zur
“strategischen“ Zusammenarbeit

- Hervorheben des Nutzens für den Kunden
- Übergeber muss den Kunden noch als seinen Kunden sehen und bearbeiten können, auch wenn es nicht mehr seiner ist
- Abnahme der Problembereiche oder derer, auf die der Übergeber keine Lust hat
- Übergeber muss das machen können, was er gut kann und was ihm Spaß macht
- Übergeber muss finanziell fair abgesichert sein



Möglichkeiten der Kooperation

Ziel ist es, den Übergeber an das Unternehmen zu binden. Die Möglichkeiten sind vielfältig. Das Ziel ist langfristig.

- Übergeber verkauft und fährt aus. Belieferung durch Übernehmer. Verteilung VK – EK – Vorfracht – Fracht und dann Verteilungsmaßstab.
- Reine Verkäufertätigkeit gegen Provision
- Getrennte Unternehmen und Kooperation bei Ausfuhr, Lager und Beschaffung



Ausfuhrkooperation

- Vier Händler in angrenzenden und überlappenden Regionen schließen sich zusammen
- Gründung einer Logistik-GmbH
- Einbringung der Fahrzeuge in die GmbH
- GmbH macht die Dispo und organisiert die Ausfuhr
- GmbH übernimmt die Fahrer als Arbeitnehmer
- Ausfuhren werden nach einer Frachttabelle an die Händler verrechnet



Ausfuhrkooperation

Vorteile:

- Es wird so ein Ausfuhrvolumen von etwa 50.000 m³ geschaffen
- Von 8 Tkw wird auf 6 Tkw reduziert
- Lagerversorgung über Spedition
- Es wird auf 7 Fahrer reduziert

Nachteil:

- Die Kundenbedienung binnen Stunden, an die sich manche Kunden gewöhnt haben geht nicht mehr:
Kunden müssen neu erzogen werden



Ausfuhrkooperation Vorteile

- Kosten über die Frachttabelle sind geringer als bei eigener Aufuhr
- Teilnehmende Händler mit z.B. 5.000 m³, bei denen der nächste Tkw das Aus bedeutet, können weiter machen.
- Das System eignet hervorragend, weitere Unternehmen in die Kooperation aufzunehmen
- Das System kann ein Einstieg in eine weitere Zusammenarbeit oder Fusion –
- und das „Aufsaugen“ anderer kleiner Händler in die Gesellschaft



Prozedere Unternehmenszukauf

Die Kanzlei Schäfer • Valerio und die Schäfer Unternehmensvermittlungen GbR unterstützt, koordiniert, betreut und optimiert solche Verkaufsaktivitäten.

Kauf:

- Die Zielunternehmen werden ermittelt
- Die Zielunternehmen werden – sofern schon möglich – bewertet
- Es werden Synergiepotentiale ermittelt
- Die Zielunternehmen werden ohne Detailangabe angesprochen



Prozedere Unternehmenszukauf

- Es werden Gespräche aufgenommen und der Kooperationspartner genannt
- Es werden Vertraulichkeitsvereinbarungen ausgetauscht
- Es werden die Unternehmen evaluiert und die Synergiepotentiale quantifiziert
- Es wird ein Konsens geschaffen
- Der Umsetzungsprozess wird begleitet
- Die Vereinbarungen werden in Verträge gegossen



Prozedere Unternehmensverkauf

Verkauf:

- Das Unternehmen wird bewertet und die notwendigen Informationen und Unterlagen erstellt
- Die potentiellen Käufer werden ermittelt
- Die potentiellen Käufer werden ohne Detailangabe angesprochen und um ein indikatives – unverbindliches – Angebot gebeten
- Die interessantesten Angebote werden weiterverfolgt
- Es wird eine Vertraulichkeitsvereinbarung eingeholt



Prozedere Unternehmensverkauf

- Es werden Gespräche mit den Kaufinteressenten geführt
- Mit den besten zwei oder drei der Interessenten wird in vertiefte Verhandlungen eingetreten
- Die Verhandlungen werden begleitet
- Die Verträge werden entworfen und ausverhandelt



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit und erfolgreiche
Geschäfte**

Glück auf

Kanzlei Schäfer • Valerio, Rechtsanwälte
Q 4, 18
68161 Mannheim
Telefon: 0621/28508
Telefax: 0621/152323
kanzlei@schaefer-valerio.de

Schäfer – Unternehmensvermittlungen GbR
Kreuzerweg 16
67269 Grünstadt
Telefon: 06359/28508
Telefax: 06359/152323
info@schaefer-unternehmensvermittlungen.de