

Zukunftssicherung im Mineralölhandel durch Kooperation

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

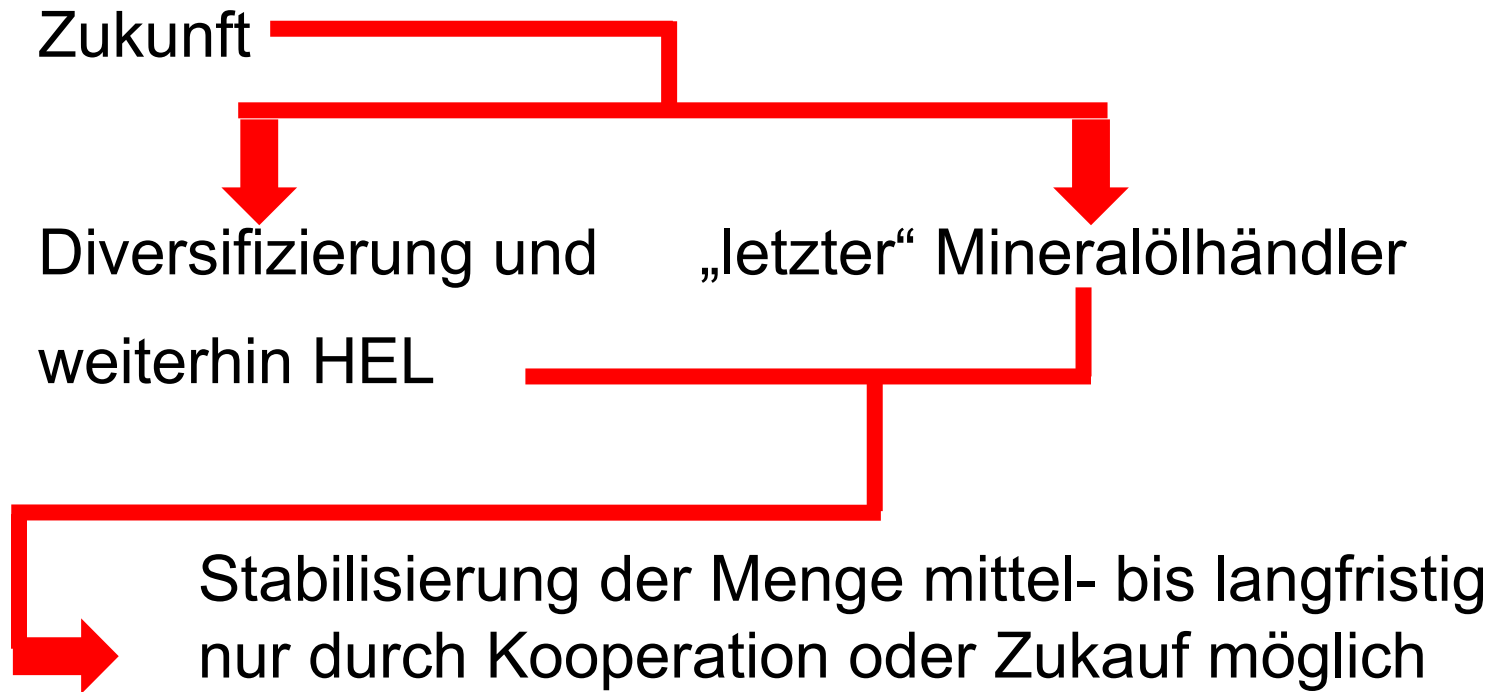
- Marktvolumen für HEL ist fallend
- Politische Rahmenbedingungen latent negativ
- AVwS und TRwS 791 wirkt negativ
- TRwS 791 Teil 2 wird Kunden eventuell veranlassen auf andere Heizformen zu wechseln
- „Deutschland macht plus“ wird das in der zweiten Auflage auch nicht rausreißen

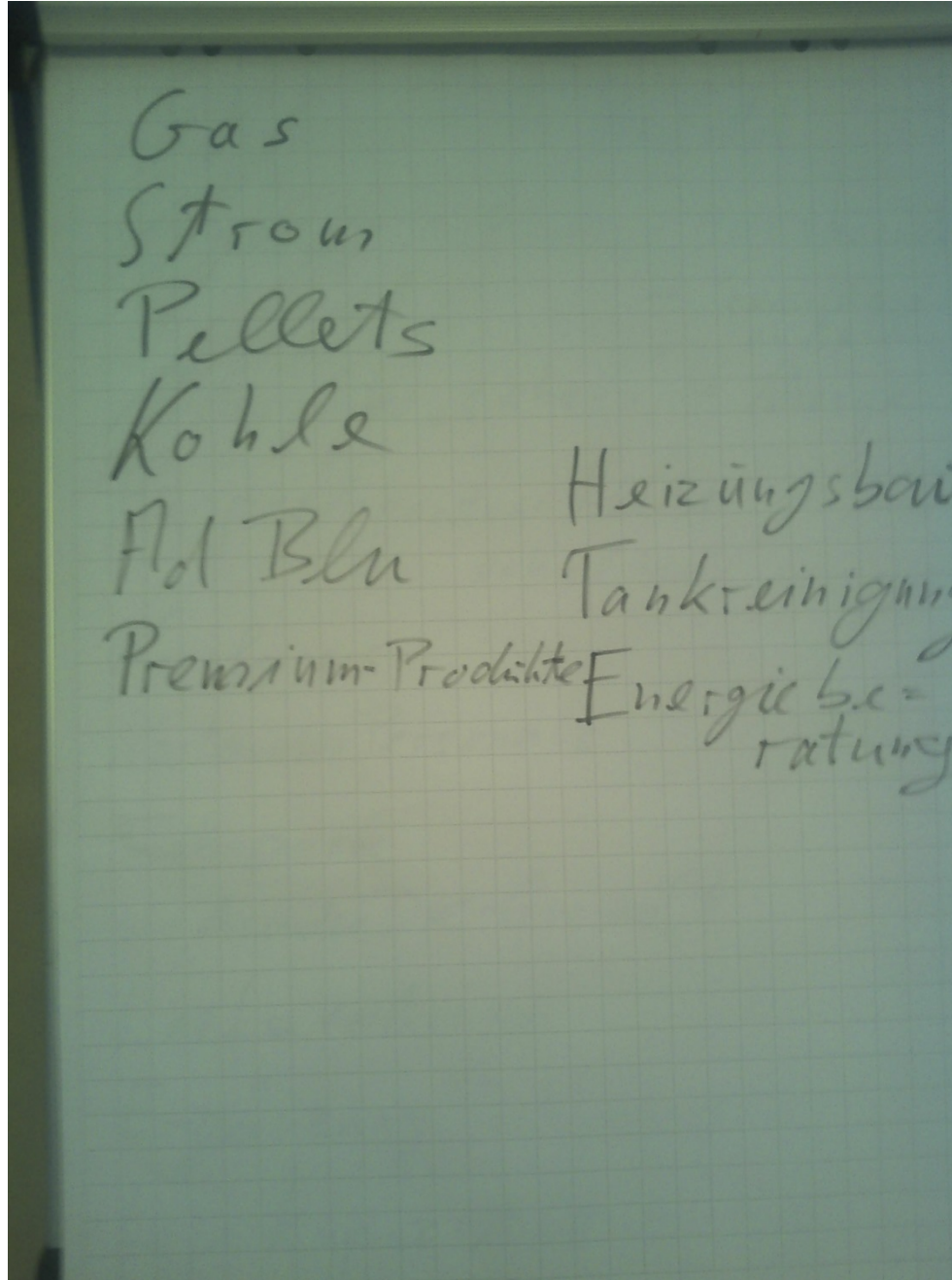


- Unternehmen unter einer Größenordnung von 25.000 bis 30.000 m³ HEL und DK (ohne DK-Großpartien) sind mittel- bis langfristig nicht mehr rentabel
- 2014 Rückgang: HEL-15,2%; DK+2,1%; OK+0,6%
- 2015 Rückgang: HEL-4,0 %; DK+3,3%; OK-1,6%
- 2016 Rückgang: HEL-2,3 %; DK+4,5%; OK+0,2%
- 31.07.2017: HEL+2,4 %; DK+3,7%; OK+2,7%
- Befüllstand der Tanks: immer noch ordentlich



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



Es bieten sich Kooperationen mit dem mittel- bis langfristigem Ziel der Zusammenführung an.



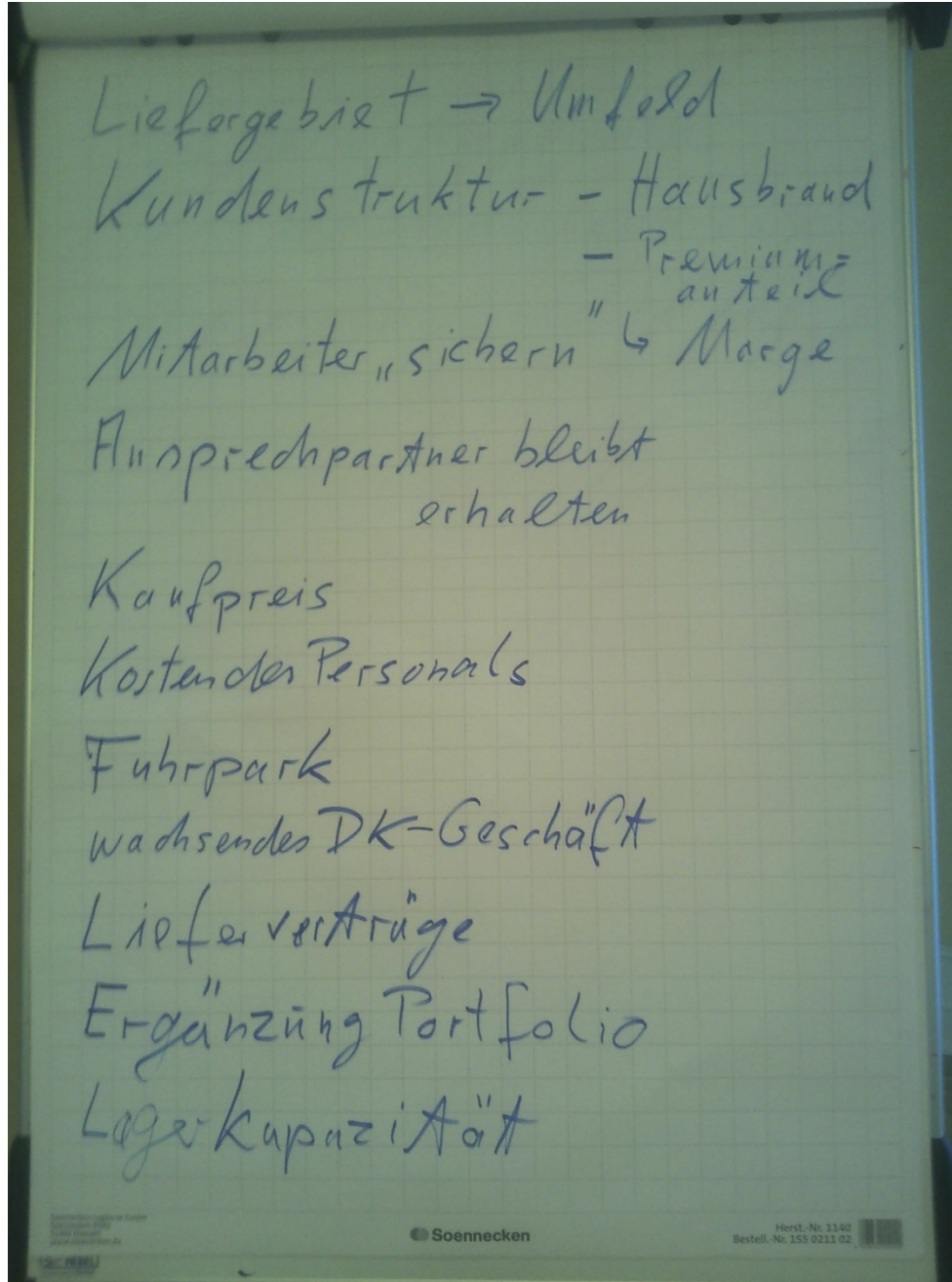
Kooperationskandidaten

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

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

Worauf legen Sie in einem solchen Fall wert?





Ruf des Unternehmens
Teil des Unternehmens
Strategische Ausrichtung



These zu Kooperationskandidaten

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



Herangehensweise

Wie identifizieren Sie solche Kooperationskandidaten 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 Kollegen 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 Sie

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



Angebot an den Kooperationspartner

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

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



Möglichkeiten der Kooperation

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

- Kollege 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



Kooperationen mehrerer Händler in bestimmten Bereichen



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 kann ein Einstieg in eine weitere Zusammenarbeit oder Fusion sein.
- Das System eignet hervorragend, weitere Unternehmen in die Kooperation aufzunehmen,
- bzw. anderer kleine Händler, die keine Zukunftsperspektive haben an die Gesellschaft zu binden und zu übernehmen.



Prozedere Unternehmenszukauf

Die Kanzlei Schäfer • Valerio und die Schäfer Unternehmensvermittlungen GdbR 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



Unterstützung durch die Kanzlei Schäfer • Valerio und Schäfer - Unternehmensvermittlungen



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



Die Folien dieses Vortrages können Sie
downloaden unter
www.schaefer-valerio.de/downloads



**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: 06359/5010040
Telefax: 06359/5010041
info@schaefer-unternehmensvermittlungen.de