

Warum braucht mein Unternehmen ein Informationsmemorandum?





DEFINITION: INFORMATIONSMEMORANDUM

Ein Informationsmemorandum (IM) besteht aus einer Reihe von Dokumenten, die von Unternehmen für potenzielle Käufer zusammengestellt werden. Das Hauptziel eines Informationsmemorandums besteht darin, potenzielle Investoren für Ihr Unternehmen zu gewinnen. Zwar soll es potenzielle Käufer überzeugen, doch dient es auch der Transparenz.

Die Eigentümer sollten Übertreibungen vermeiden und danach streben, alle Informationen offenzulegen, die den Wert des Unternehmens wesentlich beeinflussen.

Informationsmemoranden sind in der Regel sehr ausführlich, da sie Angaben zur Finanzlage, zu Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, zur Geschäftsbeschreibung, zur Marktposition, zu Kunden, zu Strategien und Werbemethoden, zu bedienten Märkten usw. eines Unternehmens enthalten sollten.

DIE BEDEUTUNG EINES GUTEN INFORMATIONSMEMORANDUMS

Mit einem IM können Eigentümer alle relevanten Unternehmensdetails genau darlegen. Es ist zwingend erforderlich, dass die Informationen auf attraktive, logische und kohärente Weise präsentiert werden, da sie auch die Professionalität, die Qualität des Managements und das Engagement der Unternehmen für den Verkauf widerspiegeln. Ein aussagekräftiges IM ist für eine reibungslose Transaktion von entscheidender Bedeutung, da es die Transparenz fördert und unnötige Korrespondenz minimiert. Die dezentrale globale Organisation von Volaris.

Zwar soll dieses Dokument zu Investitionen motivieren, es ist jedoch nicht als Pitch-Book gedacht. Vielmehr sollte es einfach als Informationsdokument über das Unternehmen betrachtet werden, das während des Verkaufsprozesses zur Verfügung gestellt wird.

Es gibt keine Standardvorlage für IMs. Unternehmer sollten ihr Paket so gestalten, dass es ihr Unternehmen möglichst objektiv, aber optimal präsentiert. Unabhängig von der Präsentation Ihres IM sollte es allen Anlegern die gleichen Informationen vermitteln, um die Transparenz während des gesamten Verkaufsprozesses zu fördern. Dies ist umso zwingender, wenn der Unternehmer mehrere interessierte Investoren hat.





WAS SOLLTE EIN INFORMATIONSMEMORANDUM ENTHALTEN?

Ein Informationsmemorandum ist der effektivste Weg, um Investoren eine große Menge an Informationen über ein Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Um die Effektivität des Dokuments zu erhöhen, sollten Unternehmer so viele Informationen wie möglich angeben, um die zukünftige Korrespondenz zum gleichen Thema zu reduzieren. Diese Aufgabe kann eine Herausforderung darstellen, da bereits die Liste aller möglichen Überschriften sehr lang sein kann.

Bei der Vorbereitung des IM ist es von Vorteil, die Perspektive des Käufers einzunehmen. Das hilft Ihnen dabei, darüber nachzudenken, wie Sie Ihr IM strukturieren, was darin enthalten sein soll und wie Sie es am besten präsentieren. Statt alle Überschriften stumpf durchzugehen und den Abschnitt mit Informationen über Ihr Unternehmen auszufüllen, sollten Sie Ihr Paket am besten individuell gestalten, um den Käufern die Feinheiten Ihres Unternehmens näherzubringen. Wenn Sie sich beim Schreiben in den Käufer hineinversetzen, behält das Paket seine objektive Integrität und erfüllt gleichzeitig seine Funktion als Marketingdokument.



FAZIT

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Obwohl es keine standardisierte Vorlage für IMs gibt, entspricht die Form oft der Funktion. Die ästhetische Präsentation ist zwar wichtig, aber wenn Sie zuerst alle Inhalte sammeln, können Sie das Dokument besser strukturieren und den Lesefluss optimieren. Zwar präsentiert das Informationsmemorandum das Unternehmen in erster Linie als Investmentchance, doch erfüllt das Dokument auch weitere Funktionen.

BEISPIEL-CHECKLISTE FÜR INFORMATIONSMEMORANDEN

Hier finden Sie eine Mustervorlage mit allen erforderlichen Angaben, damit Ihr IM Ihnen beim Verkauf Ihres Unternehmens zum Erfolg verhilft.

1. ZUSAMMENFASSUNG

- ☐ Das Unternehmen im Überblick
- ☐ Kennzahlen und Wachstumstreiber
- ☐ Transaktionsumfang
- ☐ Investment Considerations

2. UNTERNEHMEN

- ☐ Geschichte und Meilensteine
- ☐ Rechtliche Struktur
- ☐ Geschäftsmodell
- ☐ Unternehmensvision und -strategie

3. GESCHÄFT

- ☐ Geschäftsbereiche und Märkte
- ☐ Produkte und Dienstleistungen
- ☐ Kunden, Referenzen und Netzwerke

4. RESSOURCEN

- ☐ Unternehmen
- ☐ Beschäftigte
- ☐ Infrastruktur

5. GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

- ☐ Lieferanten und Beschaffung
- ☐ Produktion und Vertrieb
- ☐ Qualitätsmanagement
- ☐ Forschung und Entwicklung
- ☐ Logistik
- ☐ Systeme und Prozesse
- ☐ Marketing und Vertrieb
- ☐ ABC-Analyse

6. KUNDEN

- ☐ Übersicht der wichtigsten Kunden
- ☐ Analyse der Kundenkonzentration
- ☐ Zusammenfassung der Fluktuationstrends und -projektionen
- ☐ Detaillierte Darstellung des aktuellen Marktanteils

7. BRANCHE

- ☐ Branchenstruktur
- ☐ Wettbewerber
- ☐ Wettbewerbsposition
- ☐ Strategische Lage

8. FINANZEN

- ☐ Übersicht
- ☐ Gewinn- und Verlustrechnung
- ☐ Aktueller Kurswert
- ☐ Bilanz
- ☐ Kapitalflussrechnung

9. AUSBLICK

- ☐ Zusammenfassung der aktuellen Lage
- ☐ Lang- und kurzfristige Ziele hervorheben
- ☐ Zusammenfassen der wichtigsten Strategien, die in Markttrends zum Einsatz kommen
- ☐ Zusammenfassung der wichtigsten Wachstumsstrategien

