KAUF VON UNTERNEHMEN

1. Festlegung der M & A Strategie

1.1 Bestimmung und Priorisierung der strategischen Ziele

1.2 Festlegung der geographischen, qualitativen und quantitativen Ziele

1.3 Formulierung des Profils des optimalen Ziel-Unternehmens (Target)

1.4 Einschätzung der Bewertung von Targets

1.5 Festlegung des Projekt-Teams

1.6 Festlegung des Zeitrahmens

1.7 Erstellung und Verabschiedung der Projektplanung

2. Suche geeigneter Unternehmen

2.1 Bestimmung der Suchkriterien (1.2)

2.2 Suche geeigneter Ziel-Unternehmen (Target Research)

2.3 Erfassung der Ziel-Unternehmen gemäss Suchkriterien (2.1) (Long List)

2.4 Bewertung der Eignung der Ziel-Unternehmen

2.5 Identifizierung geeigneter Ansprechpartner der Ziel-Unternehmen

2.6 Festlegung und Genehmigung der Reihenfolge der Ansprache von Ziel-Unternehmen

3. Ansprache und Auswahl

3.1 Anonyme Target-Ansprache (2.6)

3.2 Vereinbarung der Vertraulichkeit und Offenlegung des Kauf-Interessenten

3.3 Erstgespräche mit verbliebenen Ziel-Unternehmen

3.4 Neu-Bewertung der verbliebenen Ziel-Unternehmen

3.5 Festlegung und Genehmigung der Reihenfolge für die Fortsetzung der Gespräche zur Übernahme der verbliebenen Targets (3.4) (Short List)

4. Kaufvertrag und -Vorbereitung

4.1 Aufnahme der Verhandlungen mit Targets (3.5)

4.2 Neu-Bewertung und Auswahl

4.3 Absichtserklärung (Letter of Intent)

4.4 Entwicklung von Integrations-szenarios und Einschätzung von Synergie-Potenzial

4.5 Neu-Bewertung der Targets

4.6 Vorvertrag

4.7 Detailprüfung (Due Diligence)

4.8 Vertrags-verhandlung und -abschluss (Closing)

5. Integration gekaufter Unternehmen

5.1 Externe und interne Kommunikation

5.2 Planung und Genehmigung von Organisation und Integration

5.3 Umsetzung der Integration

5.4 Realisierung des Synergie-Potenzials

5.5 Mängel und Gewährleistungen (Claim Management)

5.6 Messung des Erfolges der Akquisition (Post Merger Audit)

Copyright: icp group 1999