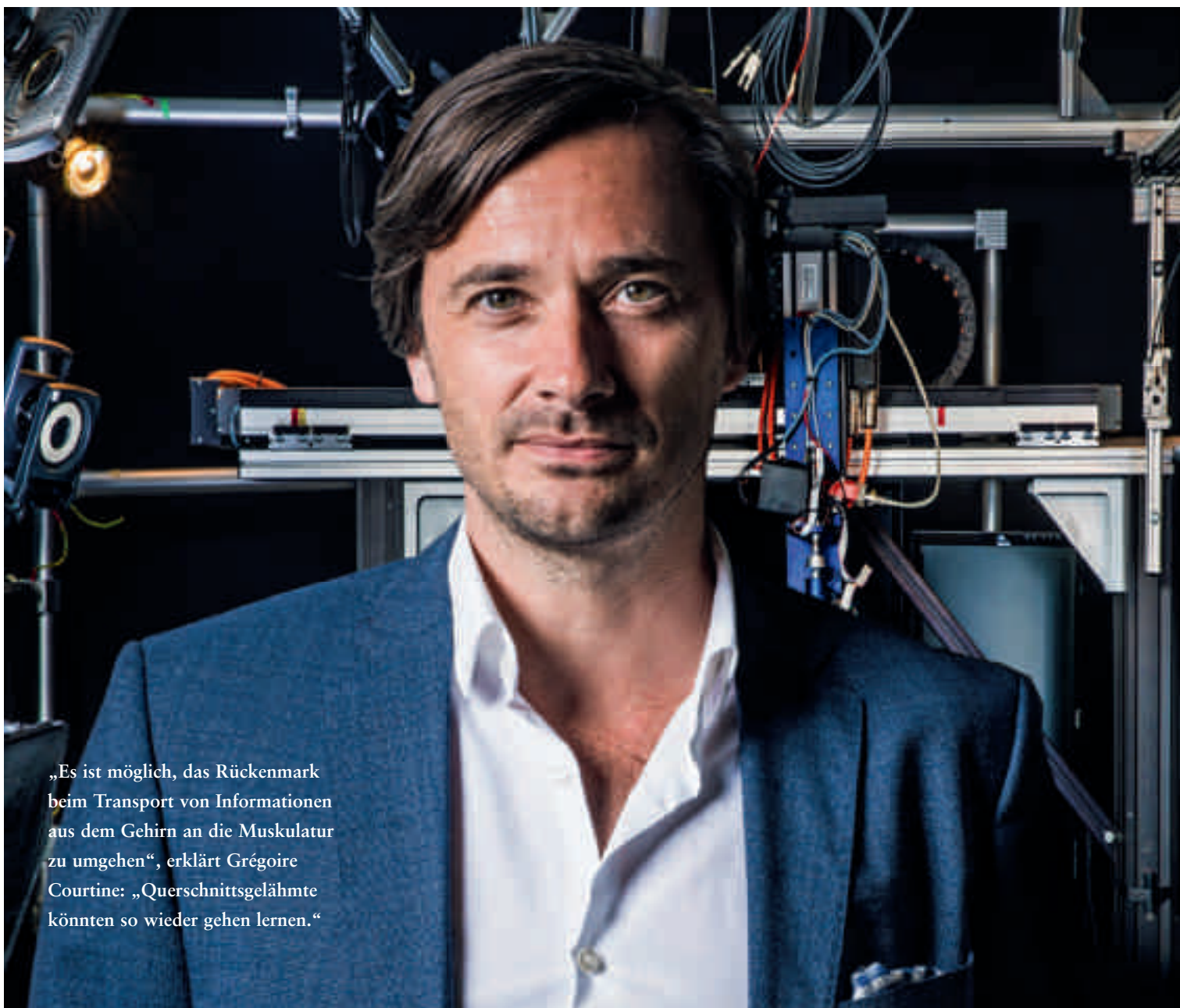




private wealth

VERMÖGEN, WOHLSTAND & WERTE

how to earn it | *how to invest it* | *how to live it*



„Es ist möglich, das Rückenmark beim Transport von Informationen aus dem Gehirn an die Muskulatur zu umgehen“, erklärt Grégoire Courtine: „Querschnittsgelähmte könnten so wieder gehen lernen.“

Der Visionär.

Grégoire Courtine hat einen Weg gefunden, die Bewegungsfähigkeit querschnittsgelähmter Patienten wiederherzustellen. Faszinierend.

Selektion.

Mehr als 5000 Fondsmanager wetteifern um Kapital. So finden Anleger diejenigen, die zu ihnen und ihrer Strategie passen.

Risiko.

Zinshäuser sollen Sicherheit und stabile Renditen kombinieren. Doch wer jetzt noch Immobilien kauft, spielt mit dem Feuer.

Der Turbo.

Neue Technologien mischen die Welt auf. Wie Familienunternehmen sich die Innovationskraft von Start-ups zunutze machen.



Geldspeicher für Familien.

Firmenkauf. Vermögende Familien investieren verstärkt in direkte Unternehmensbeteiligungen. Dabei agieren sie immer öfter gemeinsam. Mit der Übernahme des Safe-Herstellers Stockinger fanden Matthias Fitzthum (links) und sechs weitere Familien eine interessante Möglichkeit, ihr Vermögen in schwierigen Zeiten profitabel anzulegen. Das zeigt beispielhaft, wie sogenannte Club-Deals in der Realität funktionieren.

Einer will verkaufen, mehrere wollen kaufen – und einer hat den Willen, die Erfahrung und das Netzwerk, um das Projekt zum Erfolg zu führen. Wenn sie zum richtigen Zeitpunkt zusammenkommen, kann dies ein interessantes Geschäft werden.

Seit 13 Jahren ist Dominik von Ribbentrop Eigentümer von Stockinger Bespoke Safes. Dann macht er eine Erfindung, die er gern international auf den Markt bringen möchte. Doch sein Unternehmen kostet ihn viel Zeit und bindet viel Kapital. Nach langem Überlegen entscheidet er sich zum Verkauf. Von Ribbentrop betraut einen Berater mit guten Verbindungen zu Family Offices, einen Käufer zu finden. Dieser wiederum engagiert seinen Freund Matthias Fitzthum, das Unternehmen zu analysieren und zu bewerten. „Die Firma Stockinger hat mir sofort gut gefallen. Sie ist weltweiter Qualitätsführer. Die Konkurrenz begrenzt sich auf vier weitere Unternehmen, die zum Teil aber nur regionale Platzhirsche sind. Und der Absatzmarkt bietet angesichts der Unsicherheit in der Welt enormes Potenzial. Ich sehe einen eindeutigen Trend hin zu privaten Sicherungsmaßnahmen. Viele Klienten trans-

ferieren Vermögenswerte in ihre eigenen vier Wände – mir war sofort klar: Da möchte ich mich selbst engagieren.“

Den Kauf allein zu stemmen, war für Matthias Fitzthum keine Option: „Ich hatte nicht die notwendigen liquiden Mittel, um die Firma zu kaufen, aber ich bin ohnehin lieber an einem guten Geschäft beteiligt, als dass ich ein schlechtes allein besitze.“ Also präsentiert er potenziellen Investoren und Family Offices aus dem Netzwerk des Beraters Marktanalysen, Mitbewerberanalysen, Wachstumspotenzial, Vision und Business Case.

Dann geht alles ganz schnell. Mit sechs Familien wird ein Club-Deal aufgesetzt. Die Rechtsform der GmbH wird beibehalten, Fitzthum selbst übernimmt einen Anteil von knapp über zehn Prozent und die Geschäftsführung.

Diese Art der Investition liegt eindeutig im Trend. Seit einigen Jahren hat sich das Anlageverhalten von vermögenden Familien in vier Punkten deutlich geändert. Statt Nominalwerten ist erstens Eigentum an Substanz gesucht.

Zweitens sind Beteiligungen gefragt, mit denen sich die Familie unternehmerischer aufstellen kann. Drittens sollen

diese bevorzugt direkt gehalten werden, um die Auswirkungen der immer stärker als unkontrollierbar empfundenen Bewegungen am Kapitalmarkt zu reduzieren und die eigenen Einflussmöglichkeiten zu erhöhen. Und viertens agieren immer mehr Familien heute gemeinsam. „Wir registrieren tatsächlich eine deutliche Zunahme der Club-Deals – die auch als Family-Equity-Fonds bezeichnet werden“, informiert Tom Rösen, geschäftsführender Direktor des Wittener Instituts für Familienunternehmen der Universität Witten/Herdecke (WIFU).

Die Interessenten dafür seien in allen Altersgruppen zu finden. „Seniors, die ihr Unternehmen verkauft oder sich aus dem operativen Geschäft zurückgezogen haben, suchen verstärkt nach Möglichkeiten, diversifiziert im Unternehmenssektor investiert zu sein. Und die Nachfolger haben immer seltener ein Interesse am operativen Geschäft, das ja oft auf den Vorgänger zugeschnitten ist. Sie möchten Unternehmen kaufen, die ihren eigenen Qualifikationen und Interessen stärker entgegenkommen“, so Rösen. Beiden gemeinsam ist: „Sie wollen eine langfristige Anlage und nach Möglichkeit das Alte erhalten sowie etwas >



Matthias Fitzthum: „Wir konfigurieren jeden Safe individuell – dabei entsteht ein exklusives Innen- und Außenleben.“

Neues aufbauen – dafür eignen sich, bei ausreichender Kapitaldecke, Unternehmenskäufe sehr gut“, urteilt Rösen.

Die Schwierigkeit eines solchen Club-Deals liegt allerdings darin, im Vorfeld die Grundfantasie der Investoren auf einen Nenner zu bringen. Wenn ein Investor mit einem schnellen Exit- und Cash-out-Wunsch einsteige, während der andere eine sogenannte Evergreen-Logik, also Ewigkeitsperspektive, habe, werde das gemeinsame Projekt kaum Chancen auf Erfolg haben. „Die Family-Fonds wollen selten Cash generieren. Die wollen das Vermögen unternehmerisch investieren und für die nächste Generation mehren“, so Rösen. Deshalb fänden die Club-Deal-Beteiligten meist auf einer privaten Vertrauensebene zueinander.

In ihrem Fokus stehen vor allem Firmen mit funktionierendem Geschäftsmodell. Die nun vielleicht Kapital benötigen, um die nächste Wachstumsstufe zu zünden. Oder denen – wie Stockinger – ein ge-

eigneter Nachfolger fehlt. Dabei suchen sie oft innerhalb von Segmenten, in denen sie selbst tätig sind oder waren. Denn so können sie ihr Netzwerk weiter nutzen. Idealerweise befindet sich im Investorenkreis auch ein Anleger, der bereit ist, sich im Beirat oder in der operativen Leitung zu engagieren. Also einer wie Matthias Fitzthum, der die Rolle des Lead-Investors und Geschäftsführers übernimmt.

Für Stockinger Safes beginnt so eine ganz neue Ära. Gegründet wurde die Firma 1978 von Hans Stockinger, der als Erster die Idee hat, die grauen Stahlbehälter aus ihrem Kellerdasein zu befreien und sie als ansehnliche Schmuckstücke zu gestalten. Die Kombination aus einbruchssicherer Wertarbeit – noch nie ist ein Stockinger geknackt worden – und edlem Design überzeugt weltweit schnell die vermögende Klientel. 2000 stirbt Hans Stockinger, seine Witwe übernimmt. Doch es zeigt sich schnell,

dass der größte Vermögenswert in der Person und im Netzwerk des Gründers lag. 2002 ist Stockinger insolvent.

Ein Jahr später kauft Dominik von Ribbentrop das Unternehmen aus der Konkursmasse. Er behält alle Mitarbeiter und führt die Marke wieder auf den Erfolgspfad.

Auf diesem möchten Fitzthum und sein Club nun voranschreiten. Ganz oben auf der Agenda stehen dabei der Relaunch der Marke und eine Ausweitung der Marktanteile. „Wir werden eine internationale Luxusmarke aufbauen, die exakt dort agiert, wo die wohlhabende Zielgruppe sich bewegt und informiert“, erklärt der gebürtige Salzburger.

Für diese Aufgabe sieht sich Matthias Fitzthum gut gerüstet. Die Positionierung von Luxusmarken ist schließlich schon lange sein Geschäft. „Seit 20 Jahren betreue ich Luxus- und Premiummarken in den Bereichen Internationales Marketing, Strategische Unternehmensberatung und Interims-Management.“

Viele seiner künftigen potenziellen Kunden kennt er sehr gut. Schließlich hat sich Fitzthum zuletzt als globaler Projektmanager bei C Seed einen Namen gemacht. C Seed entwickelt und installiert nach eigenen Angaben die größten Outdoor-Fernseher der Welt.

Sie erscheinen wie von Zauberhand aus einem sieben Meter tiefen Betonschacht, klappen sich auf und verschwinden nach Gebrauch wieder im Boden. Oder auch im Rumpf einer Yacht: „Der erste C Seed Marine wird demnächst in einer über 90 Meter langen Superyacht am Heck eingebaut, Fertigstellung des Bootes ist in 2018.“

30 solcher Fernseher seien weltweit bereits verkauft worden. „Und jeder Käufer eines C Seed ist natürlich ein möglicher Stockinger-Kunde.“ Wer sich einen C Seed für bis zu 800 000 Euro leistet, findet oft auch Gefallen an einem

Stockinger, der je nach Ausführung zwischen 20 000 und 200 000 Euro kostet. Auch die fünf weiteren Investoren, zum Teil vertreten durch Family Offices, haben ein aktives und attraktives Netzwerk, deren Mitglieder als mögliche Kunden für Stockinger Safes infrage kommen. Denn Empfehlung sei in diesem Geschäft schon immer das beste Verkaufsargument gewesen, erklärt Fitzthum. Und Vertrauen. „Wer einen Safe einbauen lässt, öffnet seinen innersten Kreis an Liegenschaften – ohne Vertrauen wird das kaum geschehen. Stockinger nennt deshalb auch keine Käufernamen, die Lieferwagen sind ohne Beschriftung und jeder per Flugfracht versandte Safe wird in eine Holzkiste verpackt, die keinerlei Hinweis auf den Absender liefert – Diskretion ist für uns heilig.“

Gemeinsam wollen die neuen Eigentümer Stockinger Safes nun in neue Umsatzregionen führen. „Im Schnitt der letzten sechs Jahre haben wir mit sechs Mitarbeitern einen Nettoumsatz von zwei Millionen Euro erzielt. Im bisherigen Jahresverlauf liegen wir schon rund 40 Prozent darüber. Auf Sicht von drei bis vier Jahren ist eine Umsatzverdoppelung unser Ziel.“

Das Wachstum werde schließlich einerseits durch eine steigende Anzahl von Kunden unterstützt, die ihr Vermögen sichern wollen. Andererseits nehme auch die Anzahl der bestellten Tresore pro Kunde zu. „Vermögende streuen so ihr Risiko im Fall eines Einbruchs. Schließlich gewähren Versicherungen ihren Schutz je nach Widerstandsgrad des Tresors nur in limitierter Höhe.“

Der Widerstandsgrad definiert den Zeitraum, den ein professioneller Einbrecher benötigt, um ein Loch von 10 x 10 Zentimetern in den Safe zu schneiden. Die Bandbreite reicht von 0 bis 5 Grad. Diese Unterscheidung ist für die Versicherung der Wertgegenstände wichtig. Die

Klasse 3 der Stockinger Safes wird in Deutschland beispielsweise bis zu 200 000 Euro versichert, Widerstandsgrad 4 mit bis zu 500 000 Euro. „Das sind allerdings nur Richtwerte, die tatsächlichen Summen variieren je nach Versicherung“, erzählt Fitzthum. Um Vermögenswerte in Höhe von zwei Millionen Euro zu verwahren, brauchen Stockinger-Kunden also je nach Klasse zwischen vier und zehn Tresore.

„Wir verkaufen meist Widerstandsgrad 3, schon der ist technisch nicht zu knacken.“ Das liege an der Panzerung und an der „Stocktronic“. Sie ist der patentierte technische Teil im Safe und ermöglicht das Öffnen des Tresors über einen Code. Außerdem gibt es eine IT-Schnittstelle zur Anbindung an die Haus-Alarmanlage, was weltweit kein anderer Safe bietet. Wird der Eigentümer zum Öffnen gezwungen, gibt er

den Code mit einer minimalen Änderung ein. Dann öffnet sich zwar der Safe, parallel geht aber ein Alarm an die Polizei oder einen Wachdienst. „Sollte ein Überfall stattfinden, bekommt der Einbrecher von diesem Alarm nichts mit und kann beim Verlassen des Gebäudes vom Wachdienst festgenommen werden, ohne dass der Bestohlene in zusätzliche Gefahr gerät“, erklärt Fitzthum.

Disponibel sind Anzahl und Größe der Safes bis hin zum Einbau eines ganzen Safe-Raums. Auch beim Innenaufbau sind kaum Grenzen gesetzt: Automatischer Uhrenbeweger, Einlegeböden für Aktenordner und 100 verschiedene Schmuckschubladen stehen zur Wahl. „Danach kommt die Design-Phase“, die Fitzthum hörbar spannend findet: „Wir legen zunächst das Material fest: Silber, Gold, Holz. Dann klären wir, wie der >



Der Safe HYAS wurde speziell für die Bedürfnisse von Uhrensammlern entworfen. Die fünf separaten Uhrenbewegereinheiten können individuell konfiguriert werden. Preis: 145 000 Euro.

Die Checkliste für den Club-Deal.

// 01. Aufgabenverteilung

Club-Deals beruhen oft maßgeblich auf dem Know-how eines einzelnen Investors aus dem Anlegerkreis. Deshalb ist die Aufgabenverteilung zwischen dem Management und den Investoren intelligent auszurichten. Der Einfluss des wichtigsten Investors soll maximal zur Geltung kommen und zum Erfolg des Unternehmens beitragen, zugleich aber auch der Kontrolle durch die anderen Investoren unterliegen. Bei Stockinger gilt das Prinzip der offenen Karten. Fitzthum fasst jeden Freitag einen Report zur Woche, einmal im Monat gibt es ein persönliches Treffen, viele Gesellschafter kommen einfach auf einen Kaffee vorbei und freuen sich, die neuesten Berichte live zu hören.

// 02. Strategie

Der Zeitrahmen des Engagements sollte vorab festgelegt sein. Geht es um ein langfristiges Investment, sollte der Club Einfluss auf strategische Entscheidungen haben. Der Beirat, in dem alle Investoren sitzen, braucht ein Mitspracherecht sowie entsprechende Kompetenzen. Bei Stockinger wurde alles bis ins kleinste Detail in den entsprechenden Verträgen festgelegt, jedes erdenkliche Szenario hat eindeutige Spielregeln, die zu Beginn definiert wurden. „Ich habe die Strategie entwickelt, präsentiert und mit den Gesellschaftern abgestimmt. Nachdem die Gesellschafter allesamt großartige Unternehmer sind oder waren, ist mir jede Meinung äußerst wichtig“, erklärt Matthias Fitzthum.

// 03. Exit

Zu Beginn des Club-Deals sollten sich die teilnehmenden Investoren schon über mögliche Exit-Szenarien einig sein. Dabei ist es wichtig, Minderheitsinteressen nach unten abzusichern. Entschließt sich die Mehrheit zum vollständigen Verkauf der Firma, kann

sie die Minderheit schließlich dazu zwingen mitzuziehen. Im Vertrag sollte festgelegt werden, dass in diesem Fall der Verkaufspreis nicht unter einer bestimmten Wertgrenze, zum Beispiel dem objektiven Verkehrswert, liegen darf. Ein Exit ist bei Stockinger nicht vorgesehen, Ausstiegsklauseln und Regelungen wurden dennoch festgelegt.

// 04. Anteilsvinkulierung

In aller Regel beruht ein Club-Deal maßgeblich auf dem Vertrauen der Akteure untereinander. Ist die Erweiterung des Investorenkreises nötig, sollte dies nur einstimmig erfolgen können. Bei Stockinger ist für den Fall, dass ein Mitglied des Clubs doch verkaufen möchte oder muss, die Veräußerung durch entsprechende Vinkulierungs-, Ankaufs- und Vorerwerbsrechte abgesichert. „Dies gilt vor allem hinsichtlich der Bewertung der Gesellschaftsanteile – das haben wir am Tag eins schon festgelegt“, so Fitzthum.

// 05. Vermeidung von Pattsituationen

Halten zwei Investoren jeweils 50 Prozent der Anteile, müssen Vorkehrungen gegen mögliche gegenseitige Blockaden getroffen werden. Denn ein Unternehmen, das stillsteht, verliert an Wert. Eine Lösung kann zum Beispiel sein, dass einer der Investoren in bestimmten, vorher definierten Fällen ein Prozent seiner Stimmrechte verliert. Auch bei Stockinger gibt es klare Regelungen für diese Situation.

// 06. Finanzierungspflichten

Es ist ratsam, Finanzierungsmaßnahmen bereits im Shareholder-Agreement einvernehmlich zu regeln. Dies kann zum Beispiel durch Nachschusspflichten der Investoren, durch die gemeinsam beschlossene Aufnahme von neuen Investoren oder durch eine Vorabvereinbarung über eine Fremdfinanzierung erfolgen.

Griff aussehen soll – manche wünschen sich einen Bugatti-Türgriff und die korrespondierende Farbe zu ihrem Auto. Ein Kunde aus Asien wollte einen Safe in Pink mit Swarovski-Steinen im Innenraum für seine Tochter – das haben wir natürlich möglich gemacht.“ Zu den Lieblings-Tresoren des Unternehmers gehört eine besondere Konstruktion, die noch Hans Stockinger selbst eingebaut hatte: „Der Safe-Raum ist mit einer Stahltür gesichert und einer Holzverkleidung abgedeckt – ein Eingang ist nicht zu sehen, da er hinter einem Bücherregal liegt. Das war eine perfekte Ausführung und ging schon sehr in die Richtung, die heute wieder vermehrt nachgefragt wird.“ Und falls sich der unternehmerische Erfolg einstellt – wie sieht dann die Exit-Strategie der neuen Eigner aus? Für Fitzthum und seine Co-Investoren ist die Antwort auf diese Frage kein Thema: „Da denken wir nicht dran – mit diesem Investment werden wir alt.“ □

Autorin: Yvonne Döbler



Fotos: Stefan Nimmesgern // Stockinger