ANGERMANN™

Seit 1953.

SPECIAL: EMPLOYER BRANDING

inpuncto

» Informationen » Unternehmen » Märkte

AUSGABE 2 | 2017

» Berlins Weg zur internationalen Metropole und die Folgen für den Büromarkt S. 04

» Altbackene Katalogversender werden zu erfolgreichen Internethändlern S. 06

» The Increasing Relevance of Corporate Agility S. 10

» NetBid bietet Plattform für digitalen Schiffsverkauf S. 25

Impressum

Herausgeber:

Horst F. G. Angermann GmbH
ABC-Straße 35
20354 Hamburg

Redaktion:

Christian Schön (Chefredakteur)
Tel. 040 - 3 49 14 - 122
Fax 040 - 3 49 14 - 218
christian.schoen@angermann.de

Tanja Drecke
Sabine Enseleit
Sara Gjore
Alica Merschmann
Thorben Wöltjen

Bildnachweis:

Horst F.G.Angermann GmbH
Ann-Christine Krings
Oliver Neis
Oaklins
Studioline
Richard Stöhr
www.freepik.com - Rocketpixel
www.istockphoto.com
www.pixabay.com

Layout:

Thees Mendt
post@mendtwerk.de

Druck:

Silber Druck oHG
Am Waldstrauch 1
34266 Niestetal
www.silberdruck.de

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

ganz egal, ob auf der eigenen Internetseite, auf Social-Media-Plattformen, in Blogs oder Jobbörsen: Die Anforderungen an Unternehmen, regelmäßig Inhalte zu liefern, sind in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Hierzu gehören nicht nur Texte, sondern natürlich auch Bilder, Infografiken und Filme. Letztgenanntes Medium haben wir gerade dafür genutzt, eine Reihe von Recruiting-Filmen zu drehen, um zukünftigen Bewerberinnen und Bewerbern uns und unsere Firmenkultur näherzubringen. Unsere Regisseurin Marina Kem stand uns zu diesem Thema in einem Interview Rede und Antwort. Die fertigen Filme können Sie in Kürze im Internet bewundern.
Ein weiteres visuelles Thema dieser inpuncto-Ausgabe sind die tollen Bilder, die Angermann-Mitarbeiter im Rahmen unseres gerade ins Leben gerufenen Foto-Contests geschossen haben.

Wir freuen uns darüber, dass die RICS mit Martin Vermeulen FRICS in unserem inpuncto wieder vertreten ist, nämlich mit einem Fachartikel über „The Increasing Relevance of Corporate Agility", dass wir Ihnen unseren neuen Geschäftszweig Netbid Shipping vorstellen können und dass Ihnen auch dieses Heft wieder ein breites Themenspektrum rund um unsere Dienstleistungen und Unternehmensgruppe bietet. Viel Spaß beim Lesen!

Dr. Torsten Angermann FRICS

Inhalt

REAL ESTATE

Berlins Weg zur internationalen Metropole und die Folgen für den Büromarkt 04

Clusterregion Frankfurt: Brexit als positiver Faktor für die Zukunft 08

The Increasing Relevance of Corporate Agility 10

MERGERS & ACQUISITIONS

Altbackene Katalogversender werden zu erfolgreichen Internethändlern 06

Bewertungsindikation chinesischer Direktinvestitionen in Deutschland 14

Doing Deals with Oaklins: Interview mit Chester Kim, Managing Partner in Südkorea 28

CORPORATE FINANCE

Deutsche Einkaufsfinanzierer: Bankenunabhängiger Wareneinkauf 13

Alternative Finanzierungen bei Unternehmen zunehmend beliebter 18

Nachfolge intelligent finanzieren 24

EK PLUS

EK PLUS – Finanzierung von Sondersituationen 20

BUSINESS CONSULTANTS

elias Performance Group und Angermann Consult vereinbaren Kooperation 22

MACHINERY & FINANCE

NetBid bietet Plattform für digitalen Schiffsverkauf 25

NEWS 30

Der Stoff, aus dem Smart Cities sind 26

News / News / News 30

EMPLOYER BRANDING

Employer Branding: Interview mit Dr. Torsten Angermann 31

Neue Recruiting-Filme: Interview mit Regisseurin Marina Kem, Sterntaucher Filmproduktion 32

...und Action! Impressionen vom Recruiting-Filmdreh 34

Unser Nachwuchs: Fundament für die Zukunft 37

Weiterbildung in der Restrukturierungsberatung 40

Foto-Contest: Angermann-Mitarbeiter lassen Fantasie und Kreativität freien Lauf 44

Berlins Weg zur internationalen Metropole und die Folgen für den Büromarkt

Der Dornröschenschlaf ist vorbei. Seit einigen Jahren ist die deutsche Hauptstadt erwacht und hat sich zum Magneten für deutsche sowie internationale Unternehmen entwickelt. Der deutlich angestiegene Zuzug von außen hat auch mit der veränderten Wahrnehmung zu tun. Mit Berlin verbindet man Attribute wie Kreativität, Innovationskraft und Dynamik. Treiber sind unter anderem die florierende Start-up-Szene sowie die vielfältige Wissenschaftslandschaft.

Durch die Vielzahl an zugezogenen Firmen und an Unternehmensgründungen stieg auch der Büroflächenbedarf zuletzt immer weiter. In den Jahren 2015 und 2016 wurden mit ca. 832.000 m² und ca. 871.000 m² vermieteter Bürofläche sogar neue Umsatzrekorde erzielt. Folgenlos blieb dieser Run auf einen attraktiven Platz in Berlin allerdings nicht. Parallel zu den hohen Vermietungsergebnissen meldeten die Maklerhäuser einen deutlichen Rückgang der zur Verfügung stehenden Büroflächen. Mittlerweile beläuft sich die Leerstandsquote auf 2,5 %, was als historisches Tief gelten muss. Dass für einen funktionierenden Markt eigentlich eine Leerstandsquote von mindestens 5 % benötigt wird, zeigt, wie prekär aktuell die Lage ist. „Viele haben lange die Augen davor verschlossen, dass die Entwicklung Berlins hin zu einer der zukunftsfähigsten internationalen Metropolen solche Begleitumstände mit sich bringen wird", sagt Tibor Frommold, Vorstand der Angermann Real Estate Advisory AG Berlin.

Doch inzwischen hat sich der jahrelange Stillstand bei der Entwicklung von Büroneubauobjekten in rege Betriebsamkeit verwandelt. Immer mehr Projektpläne, die bislang nur in den Schubladen der Entwickler lagen, werden hervorgeholt und umgesetzt. „Die Pipeline an Neubauprojekten ist bis 2025 gut gefüllt, und schon jetzt werden viele der noch nicht existenten Büroflächen angemietet", sagt Frommold. Für die führenden Maklerhäuser der Hauptstadt bedeutet das eine Veränderung ihrer bisherigen Arbeitsweise. So wird gerade massiv Aufklärungsarbeit bei Unternehmen betrieben, die bereits fünf Jahre oder länger ihre Büroflächen in 1-a-Lage nutzen, ohne dabei marktübliche Preise zu zahlen. „Unsere Aufgabe besteht darin, dem Mieter realistisch darzustellen, vor welchen Herausforderungen er steht, wenn der Mietvertrag ausläuft oder ein Umzug erforderlich ist, weil die Flächen zu groß oder zu klein geworden sind", so Frommold. Dabei steht der Büromieter unter Umständen vor der Wahl, zum gleichen Mietpreis in eine schlechtere Lage zu ziehen oder aber in bester zentraler Bürolage zu bleiben und Mieterhöhungen von bis zu 10,00 €/m² in Kauf zu nehmen.

Das Anforderungsprofil an Berliner Immobilienberater ist nicht mehr so einfach mit Anfrage – Besichtigung – Verhandlung zu beschreiben. Das liegt unter anderem natürlich daran, dass sich immer mehr Büroflächen noch im Bau oder in der Planung befinden. Seitens der Büromieter gilt es immer längere Vorlaufzeiten zu berücksichtigen. So müssen bei Gesuchen von Büroflächen ab 3.000 m² zukünftig bis zu fünf Jahre eingeplant werden. Bei den Mietverträgen ziehen Vermieter zudem immer häufiger kürzere Laufzeiten vor, weil sie so den stetig steigenden Mieten Rechnung tragen können. Entsprechend werden Mietverträge mit einer zehnjährigen Laufzeit immer seltener.

Die gewachsene Internationalisierung Berlin hat zudem zu weiteren Veränderungen in der Arbeitsweise von Berliner Immobilienberatern geführt. „Früher wurde bei Gesprächen gefragt, ob das Gegenüber aus dem Ost- oder Westteil der Stadt kommt. Das spielt mittlerweile keine Rolle mehr. Heute kann der Gesprächspartner aus aller Herren Länder kommen. Gerade in den angesagten Berliner Bezirken ist deshalb häufig Englisch die gemeinsame Sprache, in der man sich verständigt. Entsprechend sind auch wir als Immobilienberater gefordert, die Art der Beratung internationalen Gepflogenheiten anzupassen", so Frommold.

Kontakt:
Tibor Frommold
030 - 23 08 28 - 32
tibor.frommold@angermann.de
www.bürosuche.de

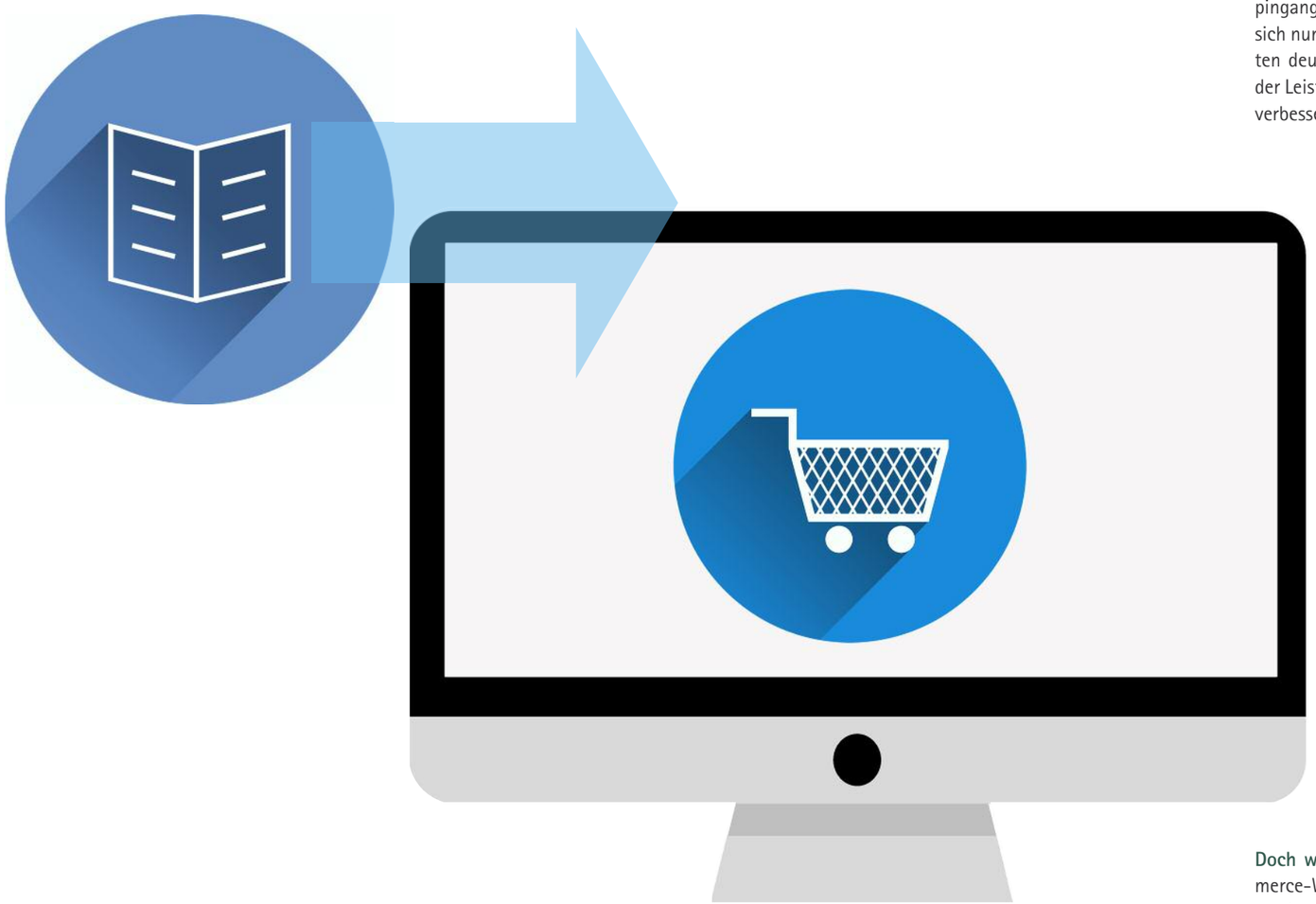
Seit 1993 bei Angermann in Berlin

Tibor Frommold ist als Vorstand verantwortlich für den Bereich Vermietung.

Altbackene Katalogversender werden zu erfolgreichen Internethändlern

Sie waren Symbole des wirtschaftlichen Aufschwungs in Deutschland nach dem Krieg: die Versandkataloge von Quelle und Neckermann. Auf vielen Hundert – bis zu tausend – Seiten wurde ein für damalige Verhältnisse unvorstellbar breites Produktsortiment in bunten Fotos dargestellt und deutschlandweit und darüber hinaus geliefert. Begünstigt wurde der Erfolg des Versandhandels damals sowohl durch die noch nicht so perfekt ausgebaute Verkehrsinfrastruktur und die damit verbundene geringere Mobilität als auch durch die geringere Dichte im stationären Einzelhandel.

von Dr. Lutz Becker



In den folgenden Jahrzehnten schwanden diese Defizite des stationären Handels jedoch, und die Versandkataloge bekamen zunehmend ein verstaubtes Image. Die begeisterten und treuen Kunden aus der Nachkriegszeit starben aus – letztlich mit den beiden genannten Flaggschiffen des Katalogversandhandels. Es gelang diesen beiden Unternehmen nicht, die Zeit bis zum Anbruch des E-Commerce-Zeitalters, der neuen Ära des Distanzhandels, zu überbrücken. Dem Otto-Versand als bis vor wenigen Jahren weltweit größtem Versandhandelsunternehmen sowie einer Reihe von mittleren und kleineren Nischenversendern ist dieser Wandel zum Onlinehändler jedoch erfolgreich gelungen.

Die Verbreitung des Internets ab den Neunzigerjahren war zunächst vorrangig auf die Informationsvermittlung und Kommunikation der Nutzer fokussiert. Seit Ende der Neunzigerjahre entstanden dann zunehmend umfangreichere Online-Shoppingangebote. In den letzten fünfzehn Jahren hat sich nun das Verbraucherverhalten der Konsumenten deutlich gewandelt, parallel zur Entwicklung der Leistungsfähigkeit des Internets und des stetig verbesserten Onlinezugangs.

Mittlerweile liegt der Anteil des Wareneinkaufs über das Internet in Deutschland bereits bei knapp 20 % des Gesamtkonsums – mit weiter steigender Tendenz. Während zur Jahrtausendwende nur ca. 2 Mrd. € im deutschen Onlinehandel umgesetzt wurden, liegt dieser Wert heute bei ca. 50 Mrd. €. Die Wachstumsrate des Onlinehandels bewegt sich aktuell im Durchschnitt aller Branchensegmente Jahr für Jahr – noch – im zweistelligen Bereich, während der stationäre Handel sich über eine Wachstumsrate auf Inflationsniveau freut.

Aber diese Wachstumsraten des E-Commerce-Geschäftes sinken langsam. Auch in diesem Vertriebskanal setzen erste Sättigungstendenzen ein. Gerade in den First-Mover-Branchen Bekleidung, Elektronik und Bücher, die heute die höchsten Onlineumsätze erzielen, flacht die Entwicklung ab, und es setzt Verdrängung ein.

Doch was ist in dieser Zeit des rasanten E-Commerce-Wachstums aus den Unternehmen des besonderen Vertriebskanals des Katalogversandhandels geworden? Diese etablierten Versandhändler haben beste Voraussetzungen, an der Entwicklung des Onlinehandels teilzunehmen, da sie originär über heute wichtige Erfolgsfaktoren für diesen Vertriebskanal verfügen. Diese Unternehmen offerieren bereits ein ausgefeiltes, breites Produktprogramm mit entsprechendem Produkt-Know-how und verfügen vor allem über eingespielte Lieferantenbeziehungen (beim Händler liegt ja gemäß der alten Weisheit der Gewinn im Einkauf). Die Logistik im Einkauf, im eigenen Warenlager sowie im Versand ist eingespielt. Hierzu zählt auch die im Internethandel so wichtige reibungslose Retourenabwicklung. Zumeist gibt es eine gepflegte Kundendatei mit einem über Jahre hinweg aufgebauten Kundenstamm, bei dem das Unternehmen als kompetenter Händler etabliert ist. Diese langjährige Kundenbeziehung ist im Internet von besonderer Relevanz. Denn der typische neue Internethandelskunde ist kaum lieferantenloyal, und die Wiederkaufraten haben besonderen Einfluss auf die Profitabilität des Internethändlers. In modernisierter Form werden die physischen Kataloge dennoch zumeist parallel zur Internetpräsenz aufgelegt und verschickt. Diese haptischen Nachschlagewerke und ansprechenden „Bilderbücher" bieten gerade in Zeiten vorrangig digitaler, virtueller Produktinformationen einen Kontrast und Stabilitätsanker.

Unternehmensentwicklung und -wachstum durch Erwerb anderer Marktteilnehmer ist insbesondere in gesättigten Märkten oder bei sich rasant verändernden Marktbedingungen eine opportune Managementstrategie. Die E-Commerce-Branche befindet sich in diesem Stadium, weshalb die Zahl der Unternehmenstransaktionen hier stark ansteigt. Auch infolge der besonderen Wachstumsdynamik werden diese Unternehmen aktuell mit deutlich überdurchschnittlichen Bewertungsmultiplikatoren bezahlt. Unsere Organisation Oaklins konnte in jüngster Vergangenheit sowohl im allgemeinen E-Commerce-Segment als auch speziell im Bereich erfolgreicher ehemaliger Kataloghändler, die heute führende Onlinehändler sind, mit herausragend guten Ergebnissen abschließen.

Dr. Lutz Becker

Vorstand Oaklins Angermann AG

Kontakt:
Dr. Lutz Becker
040 - 3 49 14 - 162
l.becker@de.oaklins.com
www.oaklins.de

Clusterregion Frankfurt:

Brexit als positiver Faktor für die Zukunft

Die Wirtschaftsgeografie untersucht, welche Prozesse Wirtschaftsräume prägen und welche Rolle dabei Ökonomie, Kultur und Politik spielen. Am Beispiel von Frankfurt zeigt sich, wie die räumliche Organisation von Wirtschaft die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit eines Standortes beeinflusst und Cluster entstehen lässt.

von Sara Gjore und Volkmar Begemann

Starke (Branchen-)Cluster besitzen vor allem strategische Bedeutung, denn sowohl Regionen als auch Unternehmen profitieren davon; im Fall von Frankfurt beispielsweise vom Finanzsektor. Die aus solchen Clustern resultierende hohe Innovationsleistung und Wettbewerbsfähigkeit führen zu Beschäftigungsaufbau und Effizienzvorteilen. Der Effekt wird dadurch noch verstärkt, dass Forschungs- und Bildungseinrichtungen entstehen, die qualifiziertes Personal verfügbar machen und somit den Zugang zu spezifischem Wissen ermöglichen.

All dies trifft auf den Standort Frankfurt bereits zu. Ein Faktor, der seine Attraktivität als Finanzmetropole zusätzlich begünstigen könnte, ist der Brexit mit seinen Auswirkungen. Sollten verstärkt (Finanz-)Unternehmen zuziehen, würde dadurch das Finanzcluster in der Region wohl nachhaltig gestärkt. Diesem Szenario stimmt auch Prof. Dr. Johanning von der WHU – Otto Beisheim School of Management zu. In einer Studie stellt er Hochrechnungen vor, die von bis zu 10.000 neuen Arbeitsplätzen in den kommenden vier Jahren allein in der Finanzbranche ausgehen. Diese Zahlen basieren auf der Tatsache, dass Finanzunternehmen die Vorteile des freien Bankgeschäfts innerhalb der EU weiternutzen möchten und sich deshalb von der Finanzmetropole London verabschieden müssen.

Die neu hinzukommenden Finanzunternehmen profitieren dabei stark von den in Frankfurt bereits vorhandenen Strukturen. Ein Beispiel verdeutlicht das: Ein Unternehmen X aus der Finanzbranche möchte sich im Frankfurter Markt niederlassen. Hier agiert ein anderes Unternehmen Y, das die effektive Suche nach einem geeigneten Standort für das Unternehmen X als Dienstleistung anbietet (z. B. in Bezug auf Standortfaktoren). Hat X durch die Mandatierung von Y nun einen passenden Standort ins Auge gefasst, so konkretisieren sich die Pläne, und adäquate Räumlichkeiten müssen gefunden werden. Hier spielen nun die ansässigen Immobilienunternehmen eine zentrale Rolle. Verschiedene Immobilienberater haben sich darauf spezialisiert, den Ansprüchen von Büronutzern gerecht zu werden und Unternehmen bei der Suche nach Flächen effektiv zu unterstützen. Sie verfügen dabei über die notwendige regionale Kompetenz und Fachkenntnisse, die sich insbesondere auf Gebäudequalitäten und die Nachfragesituation in der jeweiligen Büromarktzone beziehen.

Vergleicht man die deutschen Büromarktstandorte miteinander, so ergeben sich wesentliche Unterschiede, da die jeweiligen Stadtbilder durch spezifische Gebäudestrukturen und verschieden stark konturierte Büromarktzonen geprägt sind. Frankfurt wird beispielsweise durch seine Hochhauslandschaft charakterisiert, die baukonstruktiv – Stichwort Hochhausrichtlinien – meist eine hochwertigere und zwangsweise auch teurere Ausstattung bedingt. Alleine durch das daraus resultierende höhere Mietpreisniveau bildet sich in dieser Gebäudelandschaft bereits ein Cluster in der Mieterstruktur, deren Kenntnis wiederum für spezialisierte Berater essenziell ist, um eine gute Leistung erbringen zu können.

Neben der Beratung durch Immobilienfachleute müssen Unternehmen, die sich am Standort Frankfurt niederlassen, für ihren wirtschaftlichen Erfolg in der Regel weitere Dienstleistungen in Anspruch nehmen, insbesondere solche aus dem tertiären Sektor wie die von Werbeagenturen, Unternehmensberatungen oder Anwälten. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Wirtschaftsräume in gewissem Sinne „gemacht" werden. Schließlich müssen Unternehmen miteinander ins Geschäft kommen, um den eigenen Fortschritt zu garantieren: So entstehen Cluster, die der wirtschaftlichen Entwicklung wiederum eine ganz eigene Dynamik verleihen.

Kontakt:
Volkmar Begemann
069 - 5 05 02 91 - 10
volkmar.begemann@angermann.de
www.buerosuche.de

The Increasing Relevance of Corporate Agility

When I first learned about corporate agility I initially thought: this is again new management hype. However, over time, I changed my mind and I now think that corporate agility as a concept is here to stay. In this article I will explain why and share my personal views on what this means for organizations in general and companies active in the built environment in particular.

from Maarten Vermeulen CBM FRICS,
RICS Regional Managing Director for Europe, Russia & CIS

Why do companies need to become agile?

Agility means the ability to move quickly and easily and this is exactly what companies must learn if they want to cope with the challenges ahead of them. In 2015 RICS published a Futures report named 'Our Changing World: let's be ready'. This influential report was the outcome of a global study which identified the six main global challenges the built environment sector faces in the years to come. These challenges relate to:

- Winning the war for talent;
- Ethical behaviour, professionalism, governance and transparency;
- New technologies and big data;
- Urbanization, smart and sustainable cities;
- Taking a more integrated and opportunity-led approach towards real estate and infrastructure;
- Developing stronger leadership.

Each challenge on its own has already significant consequences for the sector, let alone all six of them combined. And it doesn't stop here: change is the only certainty nowadays and change gets faster by the day. Digitalization accelerates this process massively.

If companies in the built environment want to maintain their relevance they need to adopt to change in a timely manner and try to learn and be aware of factors outside the industry. Examples such as Airbnb, Uber and Amazon show that innovation most likely doesn't come from inside but from outside the sector. People and organizations not active in the field of land, property and construction have a completely different mindset and perspective on how things can work and do not carry the same culture and history which potentially blocks a clear view on opportunities for innovation.

The difficulty with the built environment sector

The RICS Futures report 'Our Changing World: let's be ready' also shared some conclusions about the sector which clearly show why our sector is more likely to struggle with the above mentioned challenges then most other sectors.

Our sector is (being seen as) very traditional and change averse, we are scared of new technologies and do not score well on ethics, innovation and change. Moreover, we lack strong leadership: people with a vision who act responsibility and lead the way.

Nonetheless, there is hope and every day more and more companies in the sector start to collaborate with organizations outside their traditional scope. Also, more and more companies are hiring people with a completely different background to get a different perspective on their businesses and to get the discussion going about innovation. But, there is still a long way to go and speed and alertness are of essence.

Corporate agility defined

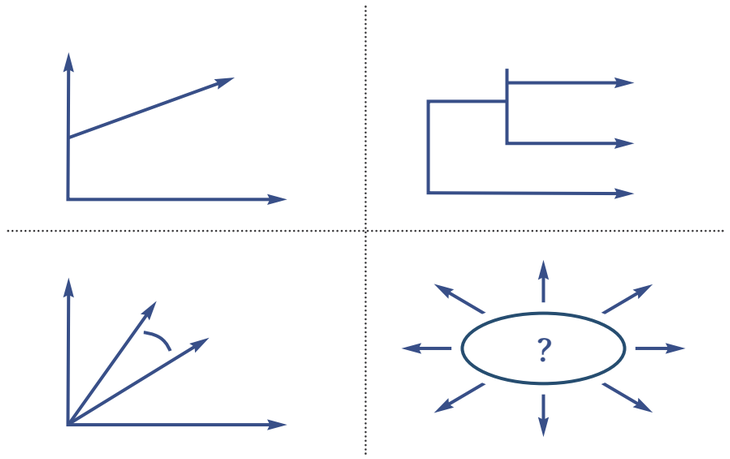
Based on my own experience I think it is important to define corporate agility at three levels. Level one is the strategic level. Level two is about the organization and level three relates to the real estate professional working for the organization. Each level will be discussed in more detail.

Strategic agility

A strategy describes how an organization gets from A to B and in the past this was more or less straightforward and could be mapped for a period from five to ten years. Today, the world can be completely different from tomorrow which isn't unlikely if we assess our recent history with international terrorism, geopolitical conflicts and increasing nationalism and populism. And on top of that, many of the above mentioned disruptive factors can make us completely rethink the way we are going to achieve our objectives from one day to the other.

Organizations therefore need to start using scenarios to identify various ways of achieving their objectives. Scenario planning helps you to think about and prepare for complete uncertainty. In the past we were only talking about uncertainty in terms of risks, and trends related to risks. The number of trends was relatively small and therefore it was 'easy' to forecast outcomes and find mitigating solutions.

Some years later we were facing structural uncertainties and although we could identify these it was very hard to say something about the likelihood of these uncertainties happening. And today we are facing a situation in which we don't know what uncertainty is going to look like nor what the impact or likelihood is going to be.

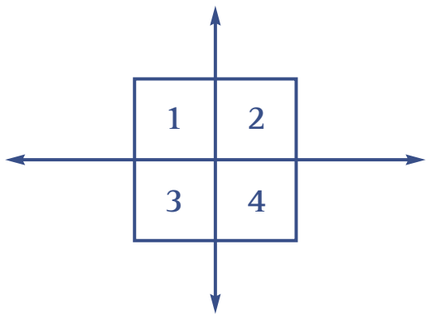


This Figure shows the evolution in uncertainty over time. From having just a limted number of risk factors in the past with a reliable estimate of probability to the situation today with total uncertainty today, numerous risks and limited insight in probability.

Scenario planning

The steps below show in a very simplified manner how scenario planning can be implemented and used for strategic decision-making.

Step 1: make an inventory of all the developments and trends impacting your business;
Step 2: select two, based on relevance and level of uncertainty;
Step 3: decide about time horizon and focus (objectives);
Step 4: discuss consequences per quadrant for stakeholders;
Step 5: define a strategy per quadrant;
Step 6: mirror the strategy and outcomes per quadrant with current situation. »



This Figure visualizes the roadmap for scenario planning. Two developments taking place at the same time, leading to four possible outcomes.

Self-awareness	Mental agility	People agility	Change agility	Results agility
» Personal learner » Feedback oriented » Reflective » Emotion management » Self-knowledge	» Curious » Gets to root causes » Comfortable with ambiguity and complexity » Finds parallels and contrasts easily » Questions conventional wisdom » Finds solutions to difficult problems » Reads broadly and has wide interests	» Open-minded and tolerant » Self-aware » Comfortable with diversity and differences of opinion » Can play many roles simultaneously » Understands others » Relishes helping others succeed » Politically agile » Deals with conflict constructively » Very skilled communicator	» Loves experimenting and trying new things » Easily accepts challenges » Accepts responsibility and accountability » Introduces new slants on old ideas	» Builds high-performance teams » Can achieve goals against the odds » Has tremendous drive to accomplish tasks » Very flexible and adaptable » Has significant personal presence

Organizational agility

Research shows that organizations who want to become agile need to change the organization from the way it is being lead and managed, to the usage of new technologies to how people are being hired. In other words, it is likely that the organization needs complete re-design. Hence, the reason why organizations which are serious about their future quite often set-up a separate organization or business-unit where old and new concepts can be safely merged, without initially affecting the existing business too much. Organizations that have implemented agility as a concept can be characterized as follows:

» Limited hierarchy
» World orientation
» (More than) tech savviness
» International & diverse
» Programme & project management versus ongoing process
» Skills & experience versus job description
» Principles versus procedures
» Increased decision-making
» Execution power

As with scenario planning much more can and should be said about organizational agility, but that goes beyond the purpose of this article which is to raise awareness for the concept of corporate agility.

Personal agility

Last level of agility ties in with the staff or professionals working for the organization. In the end, it is all about people and if they cannot cope with the changes and challenges ahead of them the organization is also very likely to fail. So, in addition to the above, staff not only needs to be recruited and trained based on technical skills and competencies but also based on agility competencies. Research, conducted by Korn Ferry, one of the leading global executive search firms, shows that in this case it is about five additional competencies that are defined in the table on the left.

However, recruiting and training professionals related to these additional competencies is one thing, but holding on to staff and making sure that they are willing and keen to stay in your organization is a different matter and demands a different approach towards retaining talent:

» Keep them interested and not confined to a 'golden cage';
» Choose people over protocol;
» Evaluate performance regularly;
» Align corporate and individual values;
» Offer challenging projects inside and outside the company;
» Let talent participate in strategy development and offer them autonomy when it comes to execution;
» Check how talent feels;
» Do whatever you can to hold on to talent, but if talent really wants to leave, facilitate them leaving.

In conclusion

I wrote this article because I honestly feel it can help raise awareness for a topic which I consider to be very important for our profession and the way it develops going forward. As mentioned before, much more can be said about corporate agility, but the main purpose of this article is to raise awareness and to start a discussion. This is therefore an open invitation to you as a reader to get in touch with me to talk more about the concept of corporate agility and / or to help you with implementing the concept in your own organization.

Kontakt:
Maarten Vermeulen FRICS
+32 (0)2 - 739 42 25
mvermeulen@rics.org
www.rics.org

Deutsche Einkaufsfinanzierer: Bankenunabhängiger Wareneinkauf

Alternative Finanzierungsmodelle sind bei mittelständischen Unternehmen gefragter denn je. Das unterstreichen unter anderem die hohe Nachfrage und der rapide anwachsende Kundenstamm, die die Deutsche Einkaufsfinanzierer GmbH (DEF) seit ihrer Gründung 2015 vorweisen kann. Das Unternehmen, das sein Angebot als validen und stabilen Baustein in der Gesamtfinanzierung eines Unternehmens versteht, ermöglicht seinen Kunden unter anderem eine Erweiterung der finanziellen Flexibilität, die Hebung von Einkaufsvorteilen, eine Verbesserung des Ratings sowie eine Stabilisierung der Lieferantenbeziehungen.

Der Wareneinkauf über DEF wird in neun Schritten abgewickelt:

1. Der Kunde verhandelt den Einkaufspreis der Waren mit seinem Lieferanten und informiert ihn zugleich, dass der Wareneinkauf über DEF abgewickelt wird.
2. Der Lieferant übermittelt DEF das jeweilige Kaufangebot.
3. Der Kunde bestätigt DEF das vorgelegte Kaufangebot und garantiert die spätere Abnahme der erworbenen Ware.
4. Durch die Annahme des Kaufangebots geht DEF einen Kaufvertrag mit dem Lieferanten ein.
5. Mit dem Kunden schließt DEF im Gegenzug einen weiteren Kaufvertrag über die bestellten Waren ab.
6. Der Lieferant liefert die Waren direkt an den Kunden zu den im Angebot vereinbarten Konditionen und an den vereinbarten Standort.
7. Nach erfolgter Lieferung bestätigt der Kunde den Eingang der Waren.
8. Die Lieferantenrechnung wird an DEF adressiert und auch von DEF bezahlt.
9. Der Kunde bezahlt seine Rechnung von DEF innerhalb des vereinbarten Zahlungszieles von maximal 120 Tagen.

Die Deutschen Einkaufsfinanzierer auf einen Blick

» Banken- und konzernunabhängig
» Mittelstandsorientiert
» Stabiler Gesellschafterkreis
» Gesicherte Refinanzierungsfazilitäten
» Eigens entwickeltes CRM- und Auftragsbearbeitungssystem
» Standorte in Stuttgart (operativer Sitz), München, Hamburg
» Professionelles Team aus Bank, Handel und Industrie
» Stabile Beziehungen zu Banken und Kreditversicherern

Kontakt:
Thomas Auerbach
040 - 999 999 - 400
thomas.auerbach@einkaufsfinanzierer.com
www.einkaufsfinanzierer.com

Bewertungsindikation chinesischer Direktinvestitionen in Deutschland

Deutsche Mittelständler mit überlegenen Produkten oder klangvollen bekannten Marken können sich derzeit über sehr attraktive Kaufpreise für ihre Unternehmen freuen: Unternehmensbewertungen liegen auf einem sehr hohen Niveau, und chinesische Investoren zahlen oftmals bis zu 30 % mehr als Investoren aus anderen Ländern. Durch welche Faktoren werden chinesische Bewertungsvorstellungen beeinflusst, und auf welche Branchen konzentriert sich das Interesse der Investoren?

von Alica Maria Merschmann

Das chinesische Interesse an deutschen Unternehmen ist unbestritten und sorgte in den vergangenen Monaten immer wieder für politische Diskussionen. Nicht selten ist die Rede vom „Ausverkauf der deutschen Wirtschaft". Kritiker befürchten, dass zu viel deutsches Know-how nach China abwandern könnte. Der Wert chinesischer Auslandsinvestitionen ist seit 2009 im Durchschnitt um 22 % jährlich gestiegen.

Oaklins Valuation Survey 2017

Im Rahmen des Oaklins Valuation Survey wurden 2017 die 60 Büros von Oaklins International Inc. in über 40 Ländern unabhängig voneinander befragt, um den Einfluss wirtschaftlicher, geografischer, kultureller und gesellschaftlicher Faktoren auf Bewertungsvorstellungen im internationalen Vergleich zu erfassen. Um die Attraktivität bestimmter Branchen zu vergleichen, wurde ein einheitliches mittelständisches Unternehmensszenario (100 Mio. € Umsatz, 10 % EBITDA-Marge, 30 % EK-Quote) für 13 definierte Industriesektoren gewählt und eine indikative Bewertung auf Basis von EBITDA-Multiples abgefragt.

14,0 × EBITDA: Ergebnisse und Erklärungsansätze

Bisherige Studien für den Zeitraum von 2011 bis 2016 belegen eine durchschnittliche Bewertung deutscher Unternehmen durch chinesiche Investoren von 8,0 × EBITDA und 0,8 × Umsatz. Auch wenn es sich bei den aktuellen Studienergebnissen lediglich um eine Indikation handelt, kann der Trend zu deutlich höheren chinesischen Bewertungen bestätigt werden: Tatsächlich liegen die EBITDA-Multiplikatoren chinesischer Investoren über denen anderer Länder und im Durchschnitt inzwischen bei ca. 14,0 × EBITDA.

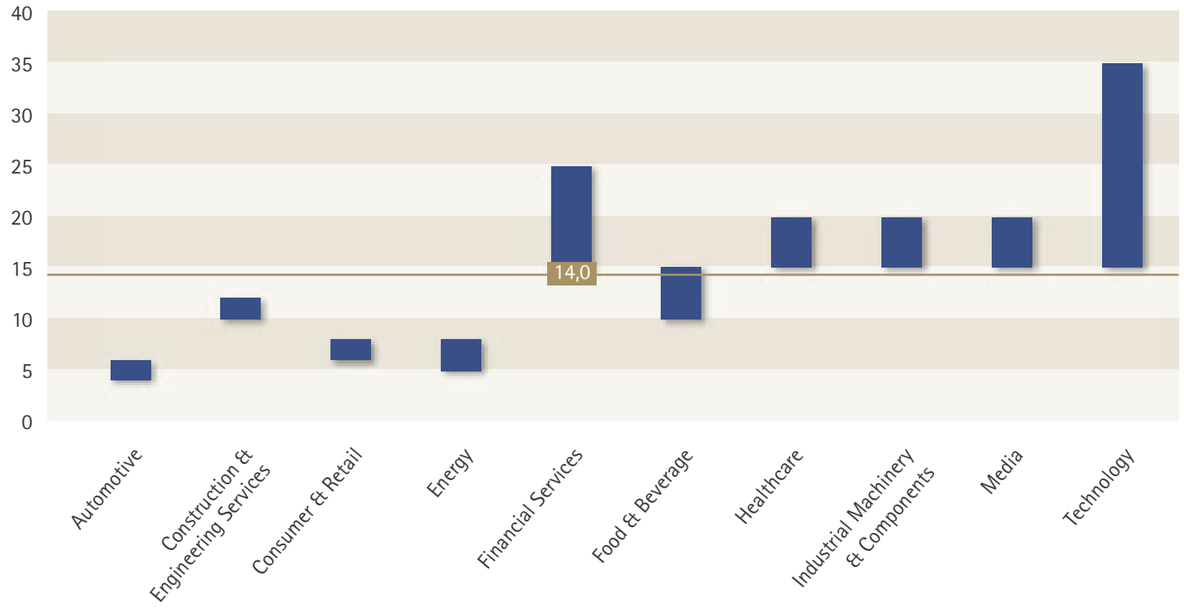
Strategische Bedeutung

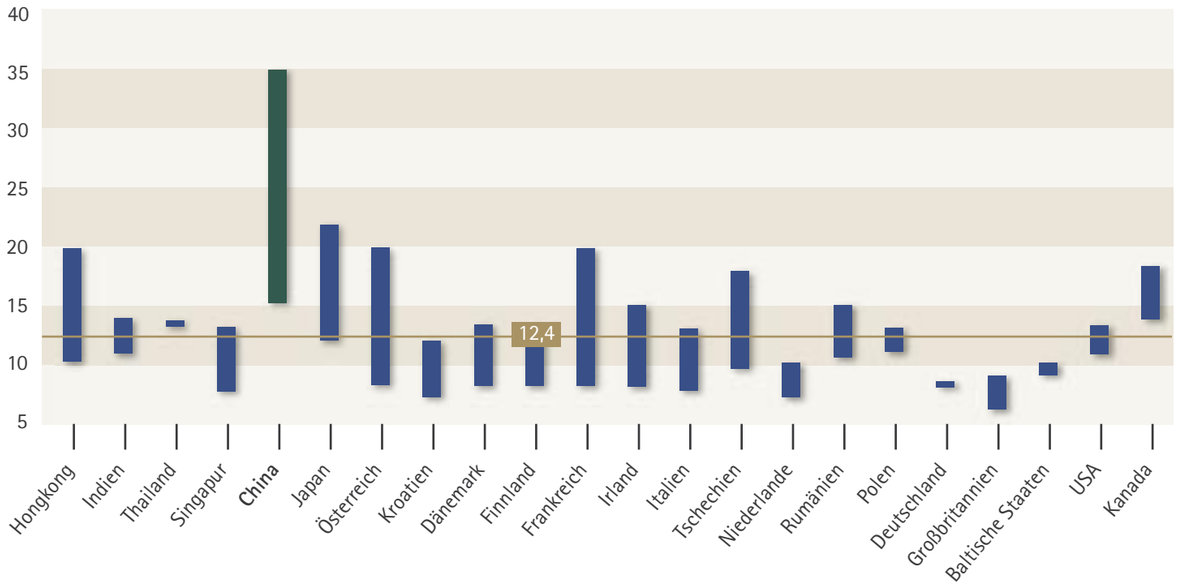
Aber was treibt das verstärkte chinesische Engagement? Ist es wirklich „nur" das günstige Geld, die eigene hohe Liquidität und die Absicherung der Wirtschaft?

Die chinesische Volkswirtschaft ist in den vergangenen 30 Jahren zum Motor der Weltwirtschaft geworden. Diese Entwicklung ist maßgeblich durch die Reform- und Öffnungspolitik der chinesischen Regierung bedingt. Um weiteres Wachstum zu »

Chinesische EBITDA-Multiplikatoren für deutsche Unternehmen nach Industrien

Quelle: Oaklins Valuation Survey 2017





EBITDA-Multiplikatoren für deutsche Technologieunternehmen nach Ländern

Quelle: Oaklins Valuation Survey 2017

realisieren und die Transformation der chinesischen Wirtschaft zu beschleunigen, werden vehement M&A-Transaktionen fokussiert. In den letzten Jahren vollzog sich außerdem ein Wandel der chinesischen Wirtschaft und Gesellschaft. China nimmt die nächste Entwicklungsstufe und will nicht länger nur „Werkbank der Welt" und Produzent billiger Exportartikel sein. Die Mittelschicht des bevölkerungsreichsten Landes der Erde umfasst heute schon über 600 Millionen Menschen. Durch den wachsenden Wohlstand der Bevölkerung steigt auch die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Markenprodukten. Die chinesische Gesellschaft ändert ihr Konsumverhalten sowie ihren Anspruch an die angebotenen Produkte und Dienstleistungen. Chinesische Unternehmer denken groß und strategisch. Sie streben nach der Marktführerschaft bei Themen wie etwa Robotik und streben internationale Präsenz an, da die eigene Wirtschaft abflaut. Sie suchen weltweit nach attraktiven Firmen, die sie bei der Expansion im Heimatmarkt unterstützen und die ihre Produkte veredeln können. Hinzu kommen steigende Lohnkosten im eigenen Land, weshalb Qualität und Automatisierung immer wichtiger werden, um auf den Weltmärkten und bei heimischen Konsumenten bestehen zu können. Stabile Rahmenbedingungen, eine gute Binnenkonjunktur, Zugang zum großen deutschen und europäischen Markt, qualifizierte Arbeitskräfte, Technologieführerschaft und das Qualitätsversprechen „Made in Germany" sind wichtige Gründe für hohe Kaufpreise.

Die Innovationskraft und das Ingenieurs-Know-how deutscher Mittelständler passen zur Skalierungsfähigkeit chinesischer Unternehmen. Verstärkt rücken jedoch auch andere Branchen wie die Konsumgüter- und die Automobilzulieferindustrie in den Fokus der Investoren. Qualität und Marke spielen bei den Akquisitionskriterien eine immer entscheidendere Rolle.

Das einst mit „Made in China" verbundene Image des Herstellers billiger Exportartikel und Plagiate soll aus den Köpfen verschwinden. China hat den Willen, die Erfahrung und die finanziellen Mittel, um in der globalen Wertschöpfungskette eine lukrativere Position einzunehmen und dadurch unabhängiger von Importen westlicher Technik und Markenprodukte zu werden. Made in China 2.0 steht für Hightech-Produkte unter eigener Marke – auf einer Höhe mit den technologisch fortschrittlichsten Unternehmen der Welt. In diesem Zusammenhang ist auch festzustellen, dass China zum Thema Know-how und Copyright seine Position verändert.

Risikopräferenz

Der Kaufpreis wird außerdem von der Ausprägung des Risikoverhaltens und dem damit in Zusammenhang stehenden kulturellen Hintergrund der einzelnen Länder beeinflusst. Im Gegensatz zu Deutschland ist China für seine höhere Risikobereitschaft und eher risikofreudiges Investitionsverhalten bekannt. So ergibt die Analyse der Kulturdimensionen für China eine entsprechend niedrige Unsicherheitsvermeidung sowie eine starke langfristige Orientierung. Chinesen bewerten Businesspläne daher häufig optimistischer als z. B. deutsche Investoren und sehen vor allem die strategischen Vorteile des Erwerbs sowie die sich daraus ergebenden Entwicklungsperspektiven.

Die Bedeutung „smarter" Bewertungskritierien

Die klassischen Bewertungsmethoden wie das DCF- und Ertragswertverfahren sowie Trading- und Transaction-Multiples geben eine Indikation für den möglichen Unternehmenskaufpreis. Die Bewertung eines Unternehmens ist jedoch nicht nur von Finanzkennzahlen sowie Strategie- und Synergiepotenzialen abhängig, sondern außerdem von einer Vielzahl subjektiver, immaterieller und emotionaler Einflussfaktoren. Diese sogenannten „smarten" Kriterien schaffen die Grundlage für Premiumbewertungen. Neben der finanziellen Bewertung ist es daher entscheidend, Verhalten, Mentalität, Kultur und Intention des ausländischen Käufers einschätzen und bewerten zu können. Neben der detaillierten Abstimmung der Akquisition mit der langfristigen Unternehmensstrategie muss die kulturelle Passfähigkeit der Unternehmen sichergestellt werden, ohne die sich eine Unternehmenswertsteigerung kaum realisieren lässt. Das M&A-Geschäft bleibt letzten Endes ein People Business, bei dem persönliche Kontakte, Verhandlungsgeschick und die richtige Verkaufsstrategie eine entscheidende Rolle spielen.

Chancen für den deutschen Mittelstand

Um eine möglichst hohe Unternehmensbewertung zu erzielen, ist es mittlerweile unumgänglich, auch in China nach potenziellen Käufern zu suchen, da Interessenten aus China oftmals bereit sind, für dasselbe Unternehmen deutlich höhere Kaufpreise zu bezahlen. Wurden Investoren aus China in der Vergangenheit von deutschen Unternehmen oft skeptisch bewertet, so sind sie heute gern gesehen. Bei vielen deutschen Mittelständlern ist die Angst vor einem Know-how-Verlust verflogen, denn die schlimmen Befürchtungen sind in der Vergangenheit nicht eingetreten. Die positiven Reaktionen von Unternehmen wie Kuka oder der hessischen Biotest AG auf chinesische Übernahmeangebote bestätigen diese Entwicklung. Chinesische Investoren bringen viel Kapital für Investitionen mit und lassen den deutschen Unternehmen oft deutlich mehr Freiheiten als z. B. Investoren aus Nordamerika. Neben hohen Kaufpreisprämien kommt eine langfristige Perspektive hinzu: Unternehmen aus dem Reich der Mitte suchen nicht den kurzfristigen Erfolg, sondern denken in Jahrzehnten. Sie wissen, welche Branchen langfristig in China die größten Wachstumschancen haben, und versuchen, Schlüsseltechnologien zu erwerben, um an den langfristigen Trends zu partizipieren. Auf ihrer Einkaufstour bringen sie nicht nur Kapital mit, sondern auch den Zugang zum chinesischen Markt. Sie bieten damit deutschen Mittelständlern Wachstumsmöglichkeiten, die sich sonst kaum finden lassen.

Alica Maria Merschmann

Analyst bei Oaklins Germany am Standort Hamburg

Kontakt:
Alica Maria Merschmann
040 - 3 49 14 - 152
a.merschmann@de.oaklins.com
www.oaklins.de

Alternative Finanzierungen bei Unternehmen zunehmend beliebter

Die deutsche Wirtschaft boomt, und damit steigt auch der Bedarf an Finanzierungen, beispielsweise für Investitionen. Viele Unternehmen wünschen sich dabei eine größere Unabhängigkeit von ihrer Hausbank, wie aktuelle Untersuchungen zeigen. Sale & Lease Back kann eine lohnende Alternative sein.

Eine ausgesprochen optimistische Stimmung bei Unternehmen wie Verbrauchern sowie eine gute Auftragslage in der Industrie dürften nach Ansicht vieler Ökonomen dazu führen, dass sich die deutsche Wirtschaft auch in der zweiten Hälfte dieses Jahres positiv entwickeln wird. Gerade für die Industrieproduktion gehen Experten von einer weiterhin hohen Zahl an Neuaufträgen aus. Laut der aktuellen Mittelstandsstudie der DZ-Bank planen aktuell 81,1 % der befragten Mittelständler, in den nächsten sechs Monaten in ihr Unternehmen zu investieren. Auch das voraussichtliche Investitionsvolumen hat sich gegenüber dem Ergebnis der letzten Erhebung vor sechs Monaten vergrößert. So planen rund 28 % der Mittelständler mit Investitionsabsicht, ihr Investitionsvolumen im nächsten halben Jahr zu erhöhen. Das vergrößerte Geschäftsvolumen sowie die geplanten Erweiterungsinvestitionen bedeuten auch einen höheren Finanzierungsbedarf.

Wunsch nach mehr Unabhängigkeit

Unternehmen, die langfristig unternehmerisch möglichst frei sein wollen, greifen immer häufiger zu alternativen Finanzierungslösungen. Grund ist unter anderem der Wunsch nach mehr Unabhängigkeit von der Hausbank oder von zusätzlichen Beteiligungen. Laut aktuellem Finanzierungsmonitor 2017, der wissenschaftlich von der TU Darmstadt begleitet wurde, sehen mittelständische Unternehmen immer mehr Vorteile in alternativen Finanzierungen. Das liegt laut Studie auch daran, dass sich Unternehmen insbesondere in herausfordernden Situationen zunehmend über verschlechterte Finanzierungsbedingungen beklagen. Zudem ist es in der Praxis nicht ungewöhnlich, dass Unternehmen einen Großteil der bestehenden Vermögenswerte (Rechte, Sachanlagen, Vorräte, Forderungen und Beteiligungen) als Sicherheiten zur Verfügung stellen müssen. Für Unternehmer, die auf Unabhängigkeit bedacht sind, ist eine Risikobegrenzung durch zusätzliche Beteiligungen nicht die favorisierte Lösung.

Vorteile modularer Lösungen

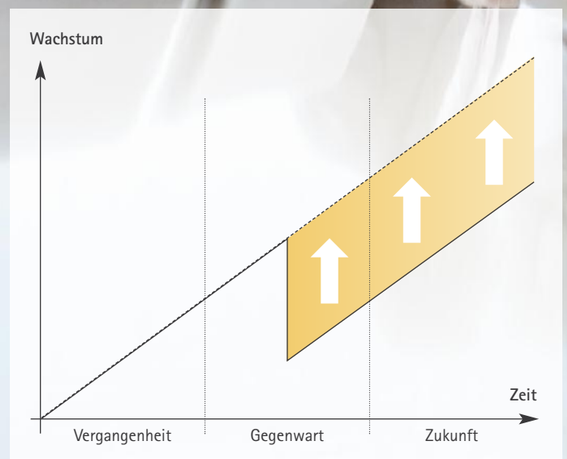
Dass Finanzierungen, die Kredite ergänzen oder ersetzen können, weiter ins Blickfeld des Mittelstands rücken, zeigt auch eine Studie des Bundesverbandes Factoring für den Mittelstand (BFM). Jeder zweite Finanzentscheider in KMU sieht demnach Vorteile bei modularen Lösungen. So erklären 48 %, eine ausgewogene Finanzierung umfasse neben Eigen- und Fremdkapital auch Beteiligungen, Factoring und Leasing. Sale & Lease Back ist ein Element, das hier zum Tragen kommt.

„Wir stellen schon seit geraumer Zeit eine noch weiter zunehmende Nachfrage nach unseren Sale & Lease Back-Lösungen fest. Viele Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe mit Liquiditätsbedarf nutzen mittlerweile diese schnelle und vergleichsweise unkomplizierte Art der Finanzierung", so Thomas Vinnen, geschäftsführender Gesellschafter der Nord Leasing GmbH, einem der führenden Anbieter auf diesem Gebiet.

Vorteile für die Bilanz

Bei Sale & Lease Back verkauft das Unternehmen mit Liquiditätsbedarf seine Maschinen beziehungsweise Produktionsanlagen an einen spezialisierten Leasinganbieter wie die Nord Leasing GmbH. Der Unternehmer, der die Maschinen zurückleast, zahlt monatliche Raten, die sich aus den erwirtschafteten Umsätzen finanzieren und ergebniswirksam in die Gewinn-und-Verlust-Rechnung des Unternehmens einfließen. So gewinnt er zügig neue Liquidität, während er die Maschinen und Anlagen weiter uneingeschränkt nutzen kann. Aber eine Sale & Lease Back-Lösung bietet noch mögliche weitere Vorteile: So lässt sich die Eigenkapitalquote durch das Herauslösen der finanzierten Maschinen aus der Bilanz verbessern, und durch das Heben stiller Reserven können Buchgewinne generiert werden. Läuft der Leasingvertrag aus, kann das Unternehmen die Maschinen wieder zurückerwerben oder sich erneut für Sale & Lease Back entscheiden. Die unternehmerischen Gestaltungsmöglichkeiten bleiben dabei uneingeschränkt.

Kontakt:
Thomas Vinnen
040 - 33 44 155 - 111
info@nordleasing.com
www.nordleasing.com



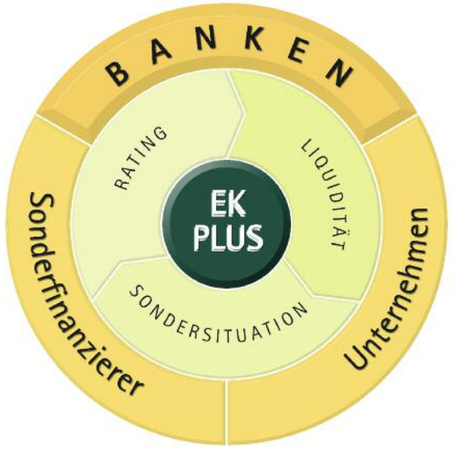
EK PLUS – Finanzierung von Sondersituationen

Sondersituationen entstehen ad hoc und sind oftmals nicht im Rahmen der bestehenden Hausbankvereinbarungen zu finanzieren. Eigenkapital ist so kurzfristig weder zu aktivieren noch zusätzlich zu gewinnen.

In solchen Situationen kommen Finanzierer außerhalb von Banken in Betracht, die gegen einen angehobenen Zinssatz nachrangig Kapital zur Verfügung stellen. Diese Finanzierer sichern sich über freie Assets des Umlaufvermögens ab oder stellen die Mittel als reine Mezzanine-Finanzierung bereit.

EK PLUS identifiziert geeignete Finanzierer, klärt deren Interesse, begleitet den Prüfungsprozess und erhält nur im Erfolgsfall eine Vermittlungsprovision. Neben diesen Kosten entstehen Prüfungsgebühren auf Seiten des Finanzierers.

Die zielgerichtete, unmittelbare Ansprache mehrerer Anbieter spart Zeit und erhöht so die Wahrscheinlichkeit einer Finanzierung. Ein Nutzen entsteht trotz höherer Kosten dann, wenn durch Schließung der Finanzierungslücke ein zusätzlicher

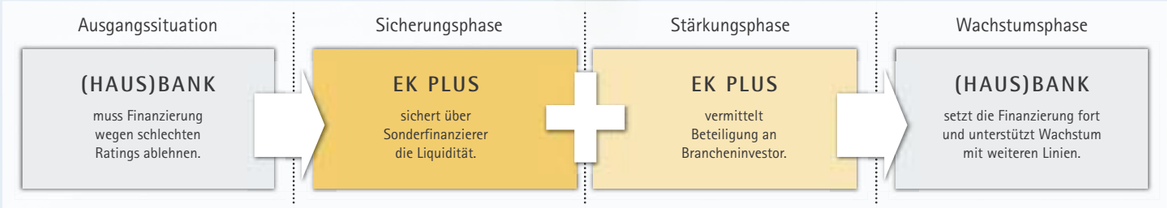


Ertrag möglich wird, der sich ohne Finanzierung nicht erzielen ließe.

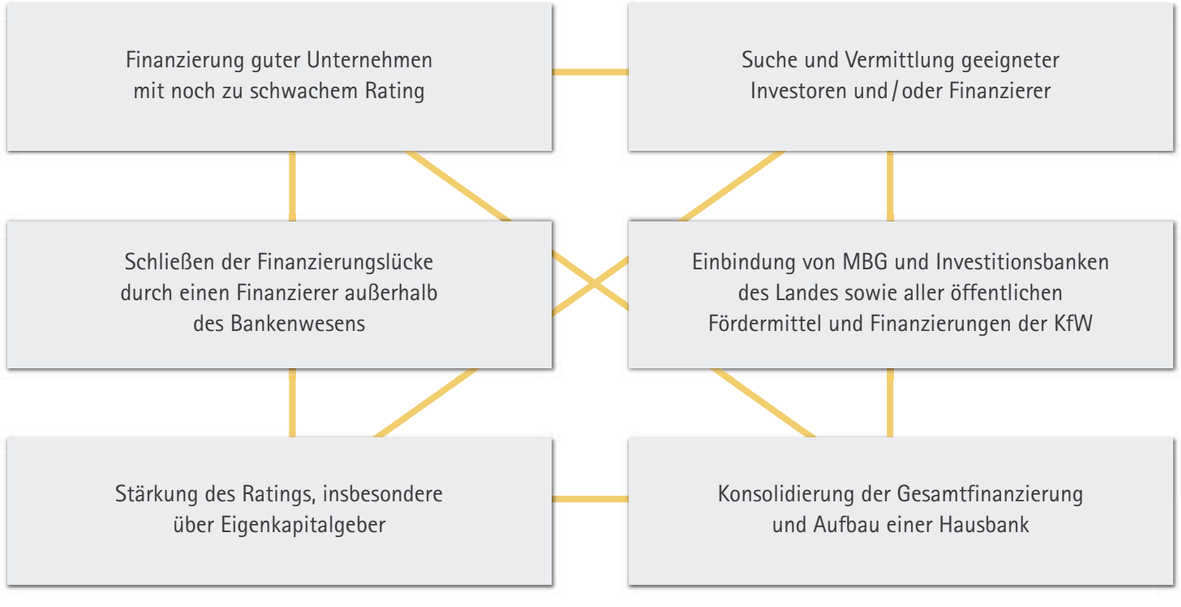
Kontakt:
Dr. Stefan Linge
040 - 3 49 14 - 183
stefan.linge@angermann.de
www.angermann.de

Anlässe für Sonderfinanzierungen durch EK PLUS

- **Finanzierung kleiner und junger Unternehmen:** gutes Produkt / starkes Wachstumspotenzial / stabile Marktposition
- **Übernahmesituationen:** fehlendes Eigenkapital / fehlendes Rating / stabile Marktposition
- **Fortführung aus Insolvenzen:** fehlende Kreditversicherungslimite / fehlendes Rating / starkes Wachstumspotenzial
- **Situationen außerordentlichen Charakters:** Ausfall einer bedeutenden Einzelforderung / Korrektur einer Fehlinvestition / Verlust eines bedeutenden Kunden / Verzögerungen / strategischer Zukauf
- **Projektfinanzierungen** (z. B. Sondermaschinen und Anlagenbau): hohe Mittelbindung / Abnahmeverzögerung / zusätzliche Projekte



EK PLUS – Das Konzept



elias Performance Group und Angermann Consult vereinbaren Kooperation

Die elias Performance Group GmbH und die Angermann Consult GmbH haben ihre schon länger geplante Kooperation formal vereinbart und schriftlich bestätigt. Die elias Performance Group wird von den drei geschäftsführenden Partnern Dr. Anton Stumpf, Dr. Karl Ibscher sowie Dr. Robert Lager geleitet. Vertreten ist die Unternehmensberatung an den Standorten München und Linz, und sie agiert hauptsächlich auf dem bayerischen und österreichischen Beratungsmarkt. Das Leistungsspektrum umfasst die Felder Restrukturierung, Distressed M&A, Operational Improvement, Strategie und Digitalisierung. Die Partner der elias Performance Group sind sowohl beratend als auch konzeptionell tätig und begleiten zudem die Umsetzung; dabei übernehmen sie auch Interimsmandate. inpuncto sprach mit Dr. Karl Ibscher sowie Thorsten Holland, geschäftsführender Partner bei Angermann Consult, über die Zusammenarbeit und was sie für die Kunden bedeutet.

Wie kam es zur Kooperation zwischen elias und Angermann?
Dr. Karl Ibscher: Angermann ist uns schon seit längerer Zeit als inhabergeführtes, mittelständisches Beratungshaus mit klarer Positionierung in den unterschiedlichen Geschäftsbereichen aufgefallen. Da Angermann in unseren Märkten Bayern und Österreich nicht vertreten war und es so auch in unseren Kerngeschäftsfeldern keine Überschneidungen, sondern allenfalls Ergänzungsmöglichkeiten gibt, habe ich einfach eine Mail an Herrn Dr. Angermann geschrieben, dass wir gerne mit ihm kooperieren würden.
Thorsten Holland: Nach diesem Erstkontakt zwischen Herrn Dr. Ibscher und Herrn Dr. Angermann wurde entschieden, eine mögliche Kooperation mit der Angermann-Gruppe bei Angermann Consult anzusiedeln. So haben wir uns bei gegenseitigen Besuchen in Hamburg und in München persönlich kennengelernt und uns für eine Zusammenarbeit entschieden. Einigung haben wir dabei auch über die Art der Kooperation bei konkreten Projekten, über die gegenseitige wirtschaftliche Berücksichtigung sowie die Außendarstellung erzielt.

Was ist für Sie die Basis einer guten Kooperation?
Thorsten Holland: Wichtig ist dabei für uns zunächst, mit einem in seinen Märkten als Marke gut etablierten Dienstleistungsunternehmen zusammenzuarbeiten. Darüber hinaus spielt natürlich die Qualität der im Markt erbrachten Beratungsleistungen und das bei den Beratungspartnern vorhandene Know-how eine große Rolle. Das drückt sich entsprechend auch in Referenzen aus, sowohl bei Beratungsmandaten als auch bei Absatzmittlern wie Banken und Insolvenzverwaltern.

Dr. Karl Ibscher: Was die Leistung für den Kunden betrifft, gehört zu einer guten Kooperation sicherlich das Know-how beider Unternehmen in den jeweiligen Beratungsgeschäftsfeldern – man muss sich gegenseitig vertrauen können, dass die Leistung am Kunden bestmöglich erbracht wird. Für unsere beiden Unternehmen ist darüber hinaus ein gutes Netzwerk im jeweiligen Zielmarkt von entscheidender Bedeutung.

Gibt es regelmäßige Treffen?
Dr. Karl Ibscher: Ja, wir haben uns bereits mehrfach in Hamburg oder Linz getroffen – gerade am Anfang einer Kooperation ist das aus unserer Sicht sehr wichtig, damit man sich zu einem Team zusammenschweißt.

Warum ist Angermann für elias ein guter Kooperationspartner?
Dr. Karl Ibscher: Angermann ermöglicht es uns, durch die Kooperation in unseren Märkten Bayern und Österreich auch die Geschäftsfelder Real Estate und Machinery & Finance zu besetzen; für uns eine wertvolle Ergänzung des Leistungsportfolios. Die Kooperation eröffnet aber noch weitere Perspektiven. So können bei größeren Restrukturierungen die Ressourcen gebündelt werden.

Warum ist elias für Angermann ein guter Kooperationspartner?
Thorsten Holland: Für Angermann Consult bedeutet die Zusammenarbeit mit elias insbesondere eine regionale Erweiterung in den elias-Kernmärkten Bayern und Österreich. Die Angermann-Gruppe ist in Österreich bisher nur mit dem Bereich Machinery & Finance mit einem Standort in Wien präsent. Die Marktpositionierung von elias in Restrukturierungs- und auch CRO-Mandaten in ihren regionalen Märkten ergänzt dabei das klassische Beratungsfeld von Angermann. Darüber hinaus kann elias als Akquisitionspartner für weitere Leistungen von Angermann Consult im Bereich Distressed M&A und Distressed Real Estate sowie für die Angermann-Gruppe als Ganzes tätig werden.

Gab es seitens Kunden und Absatzmittlern bereits Reaktionen auf die Kooperation?
Dr. Karl Ibscher: O ja, durchwegs positive. Sowohl was die Reputation unseres Kooperationspartners betrifft, als auch auf die Erweiterung unseres Leistungsportfolios.
Thorsten Holland: Die Kooperation wird im Markt wahrgenommen, weil sie anzeigt, dass Angermann Consult sich im Bereich Restrukturierungsberatung weiterentwickelt und regional in neue Märkte vorstößt. Darüber hinaus gab es positive Kontakte von Absatzmittlern wie Bankern oder Insolvenzverwaltern, die bisher nur einen der Namen aus dem Markt kannten.

Dr. Karl Ibscher, Managing Partner bei der elias Performance Group

Thorsten Holland, Geschäftsführender Partner bei der Angermann Consult GmbH

Welche gemeinsamen Projekte sind geplant?
Thorsten Holland: Für Angermann Consult bringt die Kooperation kurzfristig Ansatzpunkte im Bereich Real Estate und zur Vermittlung von Machinery-Projekten. Darüber hinaus ist eine Zusammenarbeit in Restrukturierungsmandaten gerade auch in Bayern geplant, wo man sich bei der Erstellung von Sanierungskonzepten und der Positionierung eines CRO ergänzen kann.
Dr. Karl Ibscher: In einer ersten Stufe unserer Kooperation geht es für uns vor allem darum, die für uns neuen Geschäftsfelder Real Estate und Machinery & Finance bei uns in Bayern und Österreich zu kommunizieren und zu vermarkten.

Kontakt:

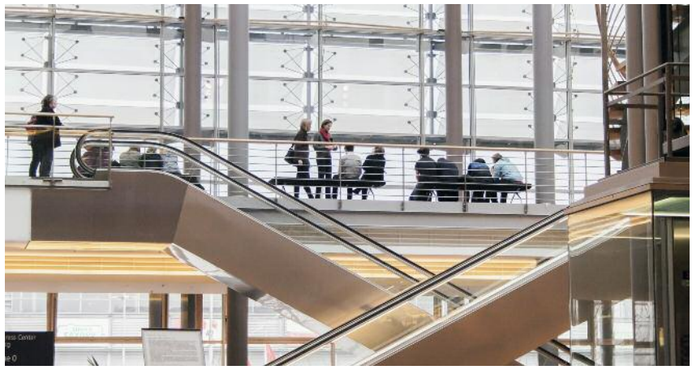
elias Performance Group
Dr. Karl Ibscher
089 - 23 54 5 74 - 0
ibscher@elias.de
www.elias.de

Angermann Consult GmbH
Thorsten Holland
040 - 3 49 14 - 183
thorsten.holland@angermann.de
www.angermann.de

Nachfolge intelligent finanzieren

Jeder sechste mittelständische Unternehmer in Deutschland plant, bis zum Jahr 2018 sein Unternehmen an einen Nachfolger zu übergeben oder zu verkaufen. Das betrifft 620.000 Unternehmen mit etwa vier Millionen Beschäftigten. Ein Erfolgsfaktor für eine gelungene Übergabe ist und bleibt die Finanzierung.

Die Finanzierung bleibt weiterhin eine der größten Herausforderungen bei der Betriebsübernahme. Fast jeder zweite potenzielle Übernehmer hat nach einer Untersuchung der DIHK Schwierigkeiten, die Unternehmensnachfolge finanziell zu stemmen. Dabei haben Firmen aus dem produzierenden Gewerbe mit ihren Maschinen und Anlagen stille Reserven im Unternehmen, die sich schnell und unkompliziert in Liquidität umwandeln lassen. So lassen sich zum Beispiel anstehende Investitionen – typische Finanzierungsherausforderungen bei der Nachfolge – tätigen.



Unternehmensnachfolge

Vorteile einer Sale & Lease Back-Lösung:

- Zusätzliche Liquidität, ohne die Finanzierung durch die Hausbank zu belasten
- Es zählt allein die Werthaltigkeit des Maschinenparks
- Verbreiterung des Finanzierungsmixes und damit Reduzieren von Abhängigkeiten
- Liquidität steht schnell zur Verfügung und kann sofort verwendet werden
- Stärkung der Eigenkapitalbasis ohne Erhöhung der Fremdkapitalquote
- Keine zusätzlichen Sicherheiten erforderlich
- Ratingunabhängig
- Steigerung der Kreditwürdigkeit

Mehr Umsatz durch alternative Finanzierungen

Zwar steht der Bankkredit weiterhin bei der Finanzierung von KMUs an erster Stelle, jedoch haben in den letzten Jahren alternative Finanzierungsformen deutlich an Bedeutung gewonnen. Es gibt sogar einen positiven Zusammenhang zwischen Nutzung alternativer Finanzierungsformen und Umsatzwachstum. Für Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe – und das sind die Mehrzahl der Unternehmen, bei denen eine Nachfolge ansteht – bietet sich eine alternative Finanzierungsform an, die eine Vielzahl an Vorteilen mit sich bringt: Sale & Lease Back. Bei einer Finanzierung über Sale & Lease Back zählt allein die Werthaltigkeit der Maschinen und Anlagen. Deshalb sind dafür keine zusätzlichen Sicherheiten erforderlich, und die Finanzierung ist im Wesentlichen unabhängig vom Rating des Unternehmens. Darum ist es möglich, binnen weniger Wochen Finanzierungsanfragen zu prüfen, zu genehmigen, umzusetzen und auszuzahlen.

Der Fokus auf die Assets des Unternehmens macht die fachmännische Bewertung der Maschinen und Anlagen zu einem ganz wesentlichen Faktor für eine erfolgreiche Sale & Lease Back-Transaktion. Seriöse Sale & Lease Back-Anbieter erkennt man daran, dass sie mit erfahrenen Technikexperten zusammenarbeiten, die den aktuellen Zeitwert der jeweiligen Maschinen ermitteln.

Kontakt:
Thomas Vinnen
040 - 33 44 155 - 111
info@nordleasing.com
www.nordleasing.com

NetBid bietet Plattform für digitalen Schiffsverkauf

Als NetBid vor knapp zwanzig Jahren damit begann, den Verkauf von Maschinen und Anlagen in Form von Onlineauktionen zu organisieren, war das Feedback zunächst skeptisch. Heute ist das Verfahren etabliert, und www.netbid.com zählt zu den größten europäischen Onlineplattformen zur Vermarktung von Investitionsgütern. Unter dem Namen NetBid Shipping bietet das Unternehmen auf der Plattform www.vesselbid.com, die in Kürze online geht, nun die Möglichkeit, auch Schiffe per Onlineauktion zu verkaufen oder zu erwerben.

Mit dem etablierten Schiffsmakler Toepfer Transport GmbH und der auf maritime Angelegenheiten spezialisierten Kanzlei Ehlermann Rindfleisch Gadow konnten starke und kompetente Partner gewonnen werden.

Anders als bislang beim Schiffsverkauf durch Makler üblich, bietet Netbid Shipping bei den weltweit ausgeschriebenen Verkaufsprozessen ein Höchstmaß an Transparenz und Unabhängigkeit. Das war schon lange überfällig, da der Markt im Zuge der Schifffahrtskrise zunehmend nach nachvollziehbaren Prozessen bei der Preisbildung und beim Bieterverfahren verlangt. Hierzu gehört u. a. die unabhängige und marktkonforme Bewertung der gegenwärtig zumeist auf Betreiben von Banken und Insolvenzverwaltern zum Verkauf stehenden Schiffe. Bereits früh im Verfahren wird geklärt, ob die potenziellen Käufer die festgelegten Verkaufsbedingungen erfüllen, sodass der Preis bei der Auktion das letzte zu klärende Kriterium ist. Anschließend wird der Bieterkreis festgelegt, der sich in den meisten Fällen zwischen drei und fünf Bietern bewegen wird. Unter diesen Bietern kommt es schließlich zur Auktion, um den besten Preis zu erzielen.

Kontakt:
fritzen@vesselbid.com
www.vesselbid.com

„Die Digitalisierung wird auch bei den Schiffsverkäufen Einzug halten. Onlineverkäufe und -auktionen von Schiffen bringen Transparenz in den Prozess, was nicht nur von Banken und Insolvenzverwaltern geschätzt wird. NetBid ist als weltweit tätiger unabhängiger Industrieversteigerer mit jahrzehntelanger Erfahrung bei Onlineverkäufen und -versteigerungen der ideale Anbieter für digitale Schiffsverkäufe."

Dr. Stefan Rindfleisch
Ehlermann Rindfleisch Gadow Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
www.erg-legal.com

„Wir sind überzeugt, dass VesselBid eine interessante Alternative für Schiffsverkäufe bieten kann, wenn es mehr als einen Käufer gibt und man eine Konkurrenzsituation schaffen kann, was am Ende vorteilhaft für den Preis und die Transparenz sein sollte."

Clemens Toepfer,
Managing Director Toepfer Transport GmbH
www.toepfer-transport.com

„Schiffe sind am Bankplatz Hamburg die logische Erweiterung unseres Angebotsspektrums der digitalen Vermarktung von Investitionsgütern."

Clemens Fritzen,
Vorstand NetBid Industrie-Auktionen AG
www.netbid.com

Der Stoff, aus dem Smart Cities sind

Das junge Unternehmen Siut revolutioniert einen der ältesten Baustoffe der Welt. Sein „digitaler Beton" wird zum Vorreiter der Kommunikation im öffentlichen Raum.

In der Zeit schnelllebiger Ideen klingt die Gründungsgeschichte von Siut fast altmodisch. Was sich heute zu einem der innovativsten Unternehmen im Baustoffbereich gemausert hat, begann 2012 tatsächlich als Forschungsprojekt in der eigenen Garage. „Die Entwicklung kommt auch uns manchmal noch im Rückblick rasant vor", berichtet Benjamin Westerheide, einer der Gründer von Siut. „Fünf Jahre nach den ersten Versuchen halten wir heute das europäische Patent für intelligenten Lichtfaserbeton in den Händen." Erst kürzlich, im September 2017, kam die Bestätigung vom Europäischen Patentamt; kurz bevor die Deutsche Bahn an einem ihrer Bahnhöfe die erste komplett intelligente Bahnsteigkante mit dem digitalen Beton von Siut in Betrieb nimmt.

Die Grundidee des Lichtfaserbetons, mit dem Vincent Genz und Benjamin Westerheide damals in der heimischen Garage experimentierten, ist denkbar einfach: Lichtwellenleiter werden gezielt in Beton integriert. So wird es erstmals möglich, an der Oberfläche des Werkstoffes präzise gesetzte Lichtpunkte aufleuchten zu lassen und damit Linien und Piktogramme darzustellen. Die Weiterentwicklung dieses Lichtfaserbetons zum „digitalen Beton" machte allerdings seit den ersten Probegüssen in der Berliner Garage noch riesige Sprünge.

Unterstützung vom „Betonpapst"

„Einer der wichtigsten Meilensteine für uns", rekapituliert Mitgründer Vincent Genz, „war die Vorstellung erster Prototypen bei Professor Hillemeier an der TU Berlin, der hierzulande auch der ‚Betonpapst' genannt wird." Mit seiner Unterstützung ging es danach an der Technischen Universität Berlin für die beiden Freunde rasant weiter. Ein halbes Jahr nach dem Forschungsbeginn am Institut für Bauingenieurwesen folgte die Aufnahme in das Centre for Entrepreneurship, den Inkubator der TU Berlin für Ausgründungen aus der Wissenschaft. Was dann geschah? Vincent Genz lacht: „Man kann sagen, es hagelte Preise."

Den Anfang machte der 1. Platz beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg. Dann folgten die Auszeichnung mit dem EXIST-Gründerstipendium des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, der 2. Platz beim Gründerwettbewerb der Berliner Volksbank, der Startup-Preis des Unternehmerverbandes Brandenburg-Berlin e. V. und die Nominierung zum Innovationspreis Berlin-Brandenburg. Als besonderer Meilenstein sollte sich aber eine andere Auszeichnung herausstellen: die Aufnahme in den Accelerator der Deutschen Bahn Anfang 2016. Dort wurde der Werkstoff Schritt für Schritt smarter und schließlich zum „digitalen Beton". Womit sich auch der Preis der Auszeichnungen wieder schließt: Im September 2017 bekam Siut unter großem Staunen der Branche den ERCI Innovation Award verliehen, den Innovationspreis der internationalen Bahnindustrie.

Der Beton wird immer smarter

„In der Anfangszeit, kann man sagen, hatten wir einen innovativen Werkstoff, aber nur eine vage Idee von dem Potenzial, das darin steckte. Zunächst haben wir uns auf Design-Anwendungen konzentriert", berichtet Vincent Genz. In der gemeinsamen Zeit mit der Deutschen Bahn entstanden schließlich die ersten Produkte, die einen neuen Teilbereich dieses Potenzials erschlossen: die Kommunikation im öffentlichen Raum. „Das Interesse der Bahn an Service und Sicherheit im öffentlichen Raum ist immens", so Genz. „Kaum verwunderlich bei den Menschenmassen, die täglich das Transportangebot nutzen." Um genau diesen Personenfluss noch besser zu gestalten, entstanden in der Zeit die Prototypen der digitalen Bahnsteigkante und des Rolltreppenpodestes.

„Das war gewissermaßen der Ausgangspunkt für die ersten Projekte, die dann auch tatsächlich verbaut wurden", berichtet Jörn Reinhold, Geschäftsleiter und Gesellschafter von Siut. So wurden noch im November 2016 zwei Pilotprojekte auf einmal an den Start gebracht: Der Lichtfaserbeton wurde sowohl am Anhalter Bahnhof als auch als Teststrecke an einer Tramhaltestelle der Berliner Verkehrsbetriebe verbaut. Im März dieses Jahres folgte schließlich die Ausstattung eines Kinos in Kühlungsborn mit Lichtfaserbetonfliesen.

Intelligente Bahnsteige entstehen

In Kürze steht der bisher smarteste Einsatz des Werkstoffs an. Denn im Herbst 2017 geht die erste intelligente Bahnsteigkante an einem Innovationsbahnhof im Großraum Stuttgart an den Start. Damit liefert der Beton erstmals nicht nur Output in Form von Licht, sondern die Elemente verarbeiten auch Input und reagieren entsprechend. So gibt die intelligente Bahnsteigkante sowohl Informationen darüber, wo der Zug halten wird, als auch darüber, wie stark einzelne Wagen belegt sind. Ebenfalls noch in diesem Jahr werden die Hamburger Hochbahn und die Deutsche Bahn an mehreren Punkten Rolltreppenpodeste aus Lichtfaserbeton verbauen. Sie werden erstmals nahtlos im Boden über Status und Laufrichtung der Rolltreppe informieren.

Apriori als starker Partner

Diese Weiterentwicklung wurde durch einen zukunftsweisenden Schritt im Sommer 2016 überhaupt erst möglich: Das junge Berliner Unternehmen Siut schloss damals eine Finanzierungsrunde mit der Hamburger Apriori Beteiligungen GmbH ab. „Wir hatten damals mehrere Finanzierungsangebote auf dem Tisch. Aber für uns war sofort klar: Apriori passt durch den engen Bezug zur Immobilienbranche strategisch als starker Partner am besten zu uns", so Siut-Gründer Genz. Neben der zügigen Weiterentwicklung sollen so auch internationale Märkte schnell erschlossen werden. Die jüngst erfolgte Erteilung des europäischen Patentes hat der geplanten Internationalisierung mit Start in Österreich und der Schweiz bereits einen neuen Schub versetzt.

„Uns als kleine private Investment-Holding im Umfeld der Angermann-Gruppe hat bei Siut die Vielfalt der möglichen Anwendungen dieser patentgeschützten Innovation sowie die persönliche Dynamik der Initiatoren überzeugt. Seit unserem Einstieg in 2016 sind wir von der Entwicklung begeistert."

Dr. Lutz Becker, geschäftsführender Gesellschafter der Apriori Beteiligungen GmbH und Vorstand bei Oaklins Germany

Wenn die beiden Gründer heute auf das Potenzial ihrer Innovation schauen, sehen sie noch weit mehr Möglichkeiten, als sie bisher umsetzen konnten. „Von Ampeln auf dem Boden bis zu völlig neuen Beleuchtungskonzepten ist vieles denk- und vor allem machbar", schaut Benjamin Westerheide in die Zukunft. „Digitaler Beton ist der Stoff, aus dem Smart Cities sind. Und da stehen wir erst ganz am Anfang."

Kontakt:
www.siut.eu

Doing Deals with Oaklins:

Interview mit Chester Kim, Managing Partner in Südkorea

Oaklins zählt zu den größten und erfahrensten Mid-Market-M&A-Beratungen weltweit. Insgesamt arbeiten 700 Professionals in 40 Ländern international in spezialisierten Branchenteams zusammen. Der Sitz des koreanischen Oaklins-Teams ist Seoul. inpuncto sprach mit Managing Partner Chester Kim über den M&A-Markt, den nördlichen Nachbarn und die Bedeutung von Großunternehmen.

Chester Kim

Managing Partner in Südkorea

Could you please characterize the Korean M&A market?
The Korean M&A market has been growing since 2000, not only regarding deal size, but also regarding the number of deals. The value of M&A transactions has increased over seven times from 12 billion US$ in 2000 to 90 billion US$ in 2015. Among the deals closed, most M&As concerned firms with deal sizes of about 10 million US$ except for a few mega deals.

What are the industry sectors that are currently undergoing a consolidation?
Although manufacturing companies dominated the Korean M&A market in the past, the M&A trend has been spreading to all industry sectors. M&A in different industrial sectors is a common trend in Korea, as shown by the acquisition of Harman Kardon by Samsung Electronics. We are expecting to see more M&A activities in different industrial sectors as companies seek to create synergies.

How active are financial investors in Korea at the moment?
It is a global trend for private equity firms to be involved in the M&A market. In Korea they have grown both quantitatively and qualitatively in the last decade, due to governmental support of conglomerates regarding corporate restructuring.

At Oaklins we focus on transactions in the middle market. Could you draw us a picture how this segment is structured in Korea?
Except for several mega deals, most M&A transactions involve mid-cap companies with deal values below 100 million US$. As the exclusive member firm of Oaklins in Korea, we have big advantages in both global and domestic M&A transactions due to our focus. We can team up with other Oaklins offices for potential close-outs on the deals. For instance, we are currently joining forces with our German colleagues on conducting several buy-side mandates on Korean soil.

What would be your advice to German companies in order to increase their chance to buy a Korean firm?
At the moment Korea is a buying country where most firms seek chances to expand their business into other countries in order to reduce manufacturing costs and increase brand recognition. In terms of inbound transactions, most Korean companies are willing to discuss acquisitions when the buyers possess knowledge about Korean economic and industrial trends. More importantly, the Korean M&A market is tacit rather than explicit. Therefore, buyers should approach sellers cautiously with their acquisition intentions.

These days the world is tensely watching the political developments taking place on the Korean peninsula. As a Korean citizen, what is your view on the current situation?
Since the division took place in 1945, there has been recurring tension between South Korea and North Korea. The tension has recently become more serious due to the nuclear tests carried out by Kim Jong-un. However, I do not expect anything harmful will happen on the Korean peninsula in spite of its complex political structure involving South Korea, North Korea, the U.S., Japan, China and Russia.

Kim Jong-un, the North Korean leader, tends to counter pressure with pressure. How does the Korean media speak of the man whom the New York Times once called "a moody young man with a nuclear arsenal"?
Currently, we take the same view as the U.S. based on our national alliance. However, when the public media is involved in these political issues, the Korean government officials do not aggressively express their positions.

China and the United States play an important role in this conflict. They are also the largest trading partners for South Korea. What products does your country mainly export to and import from them?
South Korea is the 6th largest trading country in the global market. We cannot deny that China and the U.S. are important for the Korean economy. China is the biggest importing country, directly followed by the U.S. South Korea mainly exports high-tech products, like integrated circuits, as well as cars. On the other hand, it imports petroleum and chemical products.

Chaebols are Korea's form of business conglomerates. What is so special about them? Could you give a popular example?
After the Korean War, our top priority was the economic development, pursued with the help of governmental subsidies and benefits on companies. As a result, we achieved one of the fastest, most successful economic developments in global history. Chaebols, like Samsung or LG, have always been linked to this era and are still influencing the Korean economy significantly today.

Earlier this year, President Moon said in his inaugural speech, "I'll take a lead in chaebol reform. Under the Moon Jae-in government, the word of 'politics-business collusion' will completely disappear." What does he mean by that?
Boosted by governmental supports, chaebols have been developing together with the Korean economy. As a result, there has been an inevitable alliance between chaebols and politicians, which breeds corruption and unfair business transactions. The Korean government has been consistently attempting to remove the linkage completely. We hope this will be successfully carried out in the near future.

Dr. Florian von Alten (Vorstand Oaklins Germany) im Gespräch beim Oaklins M&A Deal Sourcing Business Meeting 2017 in Seoul

Angela Merkel said that Germany stood wholeheartedly against the atomic ambitions of leader Kim Jong-un. Together with Moon Jae-in she urged tougher sanctions on Pyongyang after future missile tests. What is the view on Germany in Korea nowadays?
The way Germany was once divided for more than forty years is quite similar to what happened on the Korean peninsula. Hence, we can benefit from Germany's experience with a divided country as well as with the reunification. Furthermore we hope that Germany and other European countries will play a more active role in nuclear talks with North Korea in the future.

Kontakt:
Chester Kim
+82 (0)2 - 20 55 - 25 01
cjkim@sunp.co.kr
www.oaklins.com

News / News / News / News / News / News / News / News / News

RICS stellt Praxisguide „Diversity Management in der Immobilienbranche“ vor

Das Handbuch, das im international führenden Wissenschaftsverlag Springer Gabler erscheint, beschreibt die Gestaltung von Vielfalt in Unternehmen der Immobilienbranche. Es beleuchtet aktuelle Entwicklungen und Trends sowie rechtliche Rahmenbedingungen und zeigt, wie ein D&I-Konzept gezielt umgesetzt werden kann. Anhand verschiedener Studien und Praxisbeispiele wird die Diversity Policy veranschaulicht. Zudem werden am Ende jedes Kapitels zusammenfassend Empfehlungen an CEOs ausgesprochen. Als Verfasser/innen verantwortlich zeichnen sich ein RICS-Team, bestehend aus Präsidentin Amanda Clack FRICS, Judith Gabler, Director of Operations Europe und Regional Manager DACH, und Maarten Vermeulen FRICS, Regional Managing Director for Europe, Russia & CIS. Im Vorwort weist Martin J. Brühl FRICS, RICS Past President, auf die große Verantwortung des Managements hin, aktuelle Herausforderungen im Einklang und unter Einbeziehung der eigenen Mitarbeiter/innen zu meistern: „In Zeiten populistischer Rückwärtsbesinnung in die räumlichen und gedanklichen Grenzen von Nationalstaaten und angesichts der Hinterfragung des Wertes menschlicher Arbeit durch digitale künstliche Intelligenz braucht es zudem das Wissen und die Fähigkeiten von innovativen, kreativen und heterogenen Teams. Denn wenn alle ähnlich denken, entstehen selten neue Ideen.“

bürosuche.de gewinnt Düsseldorf als Büroflächenstandort dazu

Der neue Standort erweitert das bestehende Angebot von bürosuche.de um über 1.000 Büroflächen. Nach Berlin, Frankfurt, Hamburg, Hannover und Stuttgart ist die Rheinmetropole die nunmehr sechste Stadt, in der Büromieter schnell und praktisch ihr neues Büro finden können. Gleichzeitig kann offline auf die Kompetenz und Erfahrung von Angermann als Immobilienmakler vor Ort zurückgegriffen werden.

www.buerosuche.de

Martin Steidle übernimmt Leitung bei Oaklins in Stuttgart

Martin Steidle (46) hat zum 1. September als Direktor die Leitung für die Stuttgarter Niederlassung des renommierten M&A-Beratungsunternehmens Oaklins Germany übernommen.
Der studierte Betriebswirt, der zudem den Titel Master of Science (MSc) Accounting & Finance an der London School of Economics erworben hat, verfügt über umfassende M&A-Erfahrung aus seiner fast zwanzigjährigen Tätigkeit bei Metzler Corporate Finance. Er hat Unternehmen bei zahlreichen nationalen und internationalen Transaktionen im gehobenen Mid-Market beraten. Darüber hinaus betreute er Kunden bei Kapitalmarkttransaktionen (insbesondere öffentlichen Übernahmen und Dual-Track-Verfahren) sowie bei komplexen Sondersituationen und großvolumigen Privatisierungen. Martin Steidle besitzt profunde Branchenexpertise in den Bereichen Industrials und Technologie, vor allem in den Segmenten industrielle Komponenten, Automatisierungstechnologie, Maschinen- und Anlagenbau, industrielle Software, IT-Security und Internet of Things/Industrie 4.0. Des Weiteren erwarb er sich Expertenwissen in ausgewählten Segmenten des Bereiches unternehmensnahe Dienstleistungen (z. B. Ingenieursdienstleistungen).
Herr Steidle hat die Aufgabe, den Stuttgarter Standort von Oaklins Germany weiter auszubauen und unsere M&A-Aktivitäten im süddeutschen Raum deutlich zu verstärken.

Employer Branding: Interview mit Dr. Torsten Angermann

Mittelständische Unternehmen sehen mehr denn je die Notwendigkeit, in den Aufbau und die Pflege ihrer Arbeitgebermarke zu investieren. inpuncto sprach mit Dr. Torsten Angermann darüber, warum das so ist und welche Maßnahmen er für sein Unternehmen als sinnvoll erachtet.

Warum ist es heute so wichtig, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren?
Zunächst einmal war es nie unwichtig, als Unternehmen für die eigene Belegschaft oder potenzielle BewerberInnen attraktiv zu sein. Mir war es immer schon ein Anliegen, dass sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in hohem Maße mit dem Unternehmen identifizieren und dass es eine positive und leistungsmotivierende Stimmung gibt. Die überdurchschnittlich lange Firmenzugehörigkeit zahlreicher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die zum Teil bereits seit der Ausbildung bei Angermann tätig sind, zeigt, dass wir hier bereits viel richtig gemacht haben. Heute sind die Anforderungen an die Arbeitgebermarke, das sogenannte Employer Branding, allerdings deutlich gestiegen.

Woran liegt das?
Aus unserer Sicht liegt das am zunehmenden Fachkräftemangel in Deutschland. Für viele mittelständische Unternehmen wie uns besteht die Notwendigkeit, aus dem Schatten der Großkonzerne hervorzutreten und sich als Arbeitgeber zu positionieren. Hierbei müssen wir zumeist erfindungsreicher sein, da wir für diesen Zweck im Vergleich nur deutlich geringere Ressourcen aufwenden können. Die Konkurrenz sitzt nur einen Klick weiter, was eine größere Vergleichbarkeit als früher zur Folge hat. Während lange hohe Gehälter und Firmenwagen zu den Anreizen zählten, sind heute Work-Life-Balance und die Vereinbarkeit von Familie und Job wichtigere Themen bei den Young Potentials.

Welche konkreten Vorteile versprechen Sie sich davon, in Ihre Arbeitgebermarke zu investieren?
Für uns ist das ein Investment in die Zukunft. Aktuell haben wir zwar nur selten Schwierigkeiten, offene Stellen adäquat zu besetzen, aber uns ist durchaus bewusst, dass dieser Status quo nicht in Stein gemeißelt ist und dass gerade im Hinblick auf jüngere Zielgruppen die Marke zwingend entsprechend aufgebaut werden muss.

War das auch der Beweggrund dafür, vor kurzem Recruitingfilme zu drehen, in denen sich alle Unternehmen der Gruppe präsentieren?
Absolut. Wir möchten mit den Filmen gezielt junge potenzielle Bewerber ansprechen und zeigen, wofür wir stehen. Außerdem wollen wir vermitteln, wie das besondere Angermann-Gen aussieht.

Was kennzeichnet denn das Angermann-Gen?
Das ist zum einen die Bezeichnung dafür, wie Mitarbeiter bereichsübergreifend bei uns ticken. Viele verstehen sich als Unternehmer im Unternehmen. Das setzt eigenständiges Handeln, ein hohes Maß an Eigenmotivation und eine sehr gute Teamfähigkeit voraus. Um die passenden Kandidaten zu identifizieren, gehen wir bewusst eigene Wege. Daher habe wir auch ein kein automatisiertes Bewerbungsverfahren. Wir führen keine Assessment-Center durch, sondern bevorzugen persönliche Gespräche, ein Predictive-Index-Verfahren und gegebenenfalls Probearbeitstage, damit sich der Bewerber oder die Bewerberin vor Ort ein persönliches Bild machen kann. Außerdem ist das Angermann-Gen eine Beschreibung dafür, wie wir uns als Familienunternehmen verstehen: Kurze Wege, flache Hierarchien und immer ein offenes Ohr für die Sorgen und Belange unserer Mitarbeiter.

Neue Recruiting-Filme:

Interview mit Regisseurin Marina Kem, Sterntaucher Filmproduktion

Bewerberinnen und Bewerber, die sich über Angermann und Oaklins als Arbeitgeber informieren möchten, können dies künftig auch anhand von Recruiting-Filmen tun. Produziert wurden die Filme von Sterntaucher Filmproduktion. inpuncto sprach mit Regisseurin Marina Kem.

Was macht einen guten Film für Bewerber aus?
Authentizität ist hier ein wichtiger Schlüsselbegriff. Der Film sollte, wenn auch in komprimierter Form, die Realität abbilden und dem Bewerber möglichst Antworten auf alle seine Fragen geben. Die Art und Weise der Sprache sowie der Umgang der Mitarbeiter miteinander sind dabei wichtige Hinweise und zeigen, welche Unternehmenskultur gelebt wird.

Die Protagonisten sind ja Mitarbeiter und keine gelernten Schauspieler. Wie leiten Sie sie an, damit sie im Film möglichst natürlich wirken?
Ein wesentlicher Teil meiner Aufgabe besteht darin, eine vertrauensvolle Atmosphäre zu schaffen, in der sich die jeweiligen Protagonisten wohlfühlen und ungezwungen vor der Kamera agieren und sprechen können. Im Umkehrschluss heißt das: Wenn der Befragte keine Antworten gibt, ist dies das Problem des Fragestellers und muss von ihm gelöst werden.

Welche Vorarbeiten sind vor dem eigentlichen Dreh zu leisten?
Ein intensiver Austausch im Rahmen eines Workshops mit Menschen, die den Kern des Unternehmens ausmachen, ist im Vorfeld unerlässlich. Er gibt uns als Filmemachern die Möglichkeit, zu verstehen, an wen der Film adressiert ist und welche Botschaften übermittelt werden sollen. Im Fall des Angermann-Films war es beispielsweise ideal, dass Herr Dr. Angermann sich persönlich Zeit genommen und mit uns über seine Erwartungen an den Film und seine Sicht auf das eigene Unternehmen gesprochen hat.

Stehen Sie gelegentlich vor dem Problem, dass das Selbstbild des Unternehmens nicht mit dem tatsächlichen übereinstimmt?
Wir nehmen das Bild, das ein Unternehmen von sich hat und zeigen möchte, sehr ernst. Meiner Erfahrung nach haben die meisten Firmen auch ein recht gutes Gespür dafür, für welche Werte sie stehen, und können diese im Film auch authentisch vermitteln.

Welche Länge sollte ein Film haben?
Die Länge des Films hängt sehr stark von der Plattform ab, auf der er eingestellt werden soll. Eine optimale Zeitangabe kann es deshalb gar nicht geben. Aus Angst davor, dass ein Film zu lang ist, wird allerdings viel zu häufig versucht, alles schnell abzuhandeln. Erreicht wird dadurch aber eine Belanglosigkeit, durch die erst recht schnell weggeklickt wird. Unsere Erfahrung ist, dass sich jemand, der sich – beispielsweise als Bewerber – für ein Unternehmen interessiert, einen gut gemachten Film auch über mehrere Minuten hinweg anschaut. Ich sehe Recruiting-Filme immer auch als eine Art Dokumentation, die der Zuschauer konzentriert und mit wachem Kopf verfolgt und nicht etwa, wie beim Fernsehen häufig, lethargisch und hypnotisiert.

Wie hat sich der Bedarf an bewegten Bildern bei den Unternehmen in den letzten Jahren entwickelt?
Den Wunsch, eine bewegte Visitenkarte für das Unternehmen zu haben, gab es auch schon vor fünfzehn Jahren, wenn auch nicht in dem Ausmaß. Gestiegen ist die Nachfrage nach Unternehmensfilmen durch die vielen unterschiedlichen Kanäle, über die Firmen mittlerweile verfügen und die sie gerne mit wechselndem Content bespielen möchten.

Wie ist Ihrer Erfahrung nach die Motivation der Mitarbeiter mitzumachen?
Das hängt sehr stark von der Unternehmenskultur und den im Unternehmen vorhandenen Persönlichkeiten ab. Unerlässlich ist aber, wie bereits erwähnt, eine Vertrauensbasis, die dem Mitarbeiter beispielsweise garantiert, dass keine Bilder oder Sequenzen benutzt werden, auf denen er sich nicht wiederfindet oder gar bloßgestellt fühlt.

Ist es im Gegenzug auch wichtig, dass Sie sich beim Kunden wohlfühlen und sich mit dem jeweiligen Unternehmen identifizieren können?
Absolut. Aus diesem Grund lehnen wir es bei Sterntaucher auch ab, für bestimmte Branchen oder Institutionen Filme zu machen. So drehen wir beispielsweise keine Werbespots für Parteien oder machen Filme für Unternehmen, die mit Waffen, Pharmazeutika, Alkohol oder Zigaretten handeln. Wir mussten dadurch zwar schon so manch lukratives Angebot ablehnen, aber nur so können wir für uns jene Authentizität abliefern, die wir auch im fertigen Film erreichen möchten.

Wie sind Sie zum Medium Film gekommen?
Ursprünglich wollte ich mal Balletttänzerin werden. Ich fand es faszinierend, mit einer anderen Sprache, dem Tanz, etwas auszudrücken. Durch einen Armbruch musste ich aber aufhören und fing nach der Schule ein Journalismus-Studium an. Das war mir aber zu kontrastierend und nicht offen genug. Das Korsett der Regeln, die mich zwangen, Informationen so zuzuspitzen, dass sie neu wirkten, war mir zu eng und zu einfach. Ich ziehe es vor, eine Thematik filmisch zu erleben und darin einzutauchen, so wie beim Dokumentarfilm.

Was sind für Sie die Ähnlichkeiten zwischen einem Recruiting- und einem Dokumentarfilm?
Eigentlich ist der Recruiting-Film in der Werbewelt zu verorten, aber Konzeption, Dreh und Schnitt ähneln doch sehr der Vorgehensweise, die ich auch bei meinen Dokumentarfilmen anwende. Allerdings habe ich hier keine eigenen Ambitionen, sondern muss die Ziele und die Botschaften des jeweiligen Unternehmens verstehen und im Film rüberbringen.

Im Rahmen der Arbeit an Ihren Dokumentarfilmen haben Sie bestimmt viel erlebt. Haben Sie eine Anekdote für uns?
Da gibt es wirklich massenhaft Geschichten. Einmal sind wir fast verdurstet oder mussten vor Bremsfliegen fliehen. Bemerkenswert waren auch die riesigen Tellerspinnen, auf die wir bei einer Recherchereise für Arte im Benin gestoßen sind und die Jagd auf Geckos gemacht haben. Am bedeutendsten für mich war jedoch, dass ich im Zuge meine Dokumentarfilms „Bonne Nuit Papa" meine kambodschanische Familie kennengelernt habe, die mich sehr offen und herzlich empfangen hat. Obwohl wir uns gar nicht kannten, haben mir alle sofort das Gefühl gegeben, zu Hause zu sein.

Über Marina Kem

Marina Kem ist preisgekrönte Autorin und Regisseurin für Dokumentarfilme sowie Image-, Marken- und Portraitfilme. Ihr Gespür für menschliche Beziehungen und Wahrnehmung macht ihre Filme authentisch, nahbar und emotional. Das hat sie in ihren fünf langen Kino- und Fernseh-Dokumentarfilmen und mehr als 200 Unternehmensfilmen für Kunden wie die Bertelsmann Stiftung, Facebook, IBM, Siemens, SAP, das Bundespräsidialamt, Tchibo, Stage Entertainment oder Röhlig Logistics unter Beweis gestellt.

Für souveräne und glaubhafte Interviews hat sie eine eigene Interviewmethode entwickelt, die Rhetorik- und Dialogtechniken journalistischer Interviewmethodik mit nonverbalen Techniken aus der Psychologie und dem Dokumentarfilmbereich sowie mit der Keyword-Genauigkeit von Corporate Language verbindet.

Nach einer Ausbildung zur Tänzerin und Redakteurin studierte sie von 1996 bis 2001 an der Filmakademie Baden-Württemberg Regie. Im Rahmen ihrer Arbeiten entstanden u. a. die Dokumentarfilme „Die Lichtseite des Bewusstseins", „Der Wind ist aus Luft - Ein Film über das Glücklichsein" und „Aus Asche und Staub" über das Leben in Kambodscha, der 2002 für den deutschen Kamerapreis nominiert wurde. Für die Sendereihe „Länder Menschen Abenteuer" realisierte sie den in Westafrika spielenden Film „Safari im Reich der Geister". Ihr Kino-Dokumentarfilm in Zusammenarbeit mit arte „Bonne Nuit Papa" erzählt die tief bewegende Geschichte ihres kambodschanischen Vaters und begeisterte auf der internationalen Kinotour 2015 Zuschauer und Presse. Unter anderem schrieb die epd Film „Ein filmisches Juwel", der STERN „Eine Reise zum Kern des Menschseins" und Programmkino.de „vielschichtig und berührend". Der Film gewann den Publikumspreis beim internationalen Filmfestival „Der neue Heimatfilm" in Österreich.

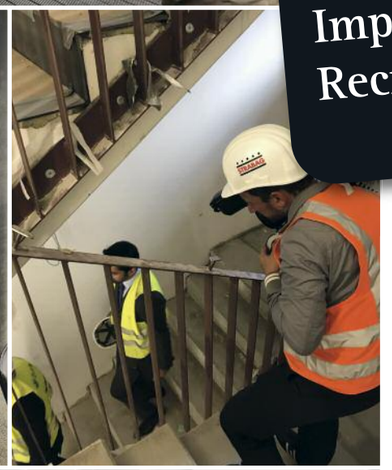
Das Team beim Dreh zu „Bonne Nuit Papa" auf dem Mekong. Von links: Tonmeister Max Kielhauser, Regisseurin Marina Kem und Kameramann Notker Mahr. Foto: Oliver Neis

Als Produzentin verantwortet Marina Kem bei der Sterntaucher Filmproduktion sämtliche abendfüllenden Dokumentarfilme und zusammen mit Oliver Neis die künstlerische Ausrichtung der Filmproduktion.

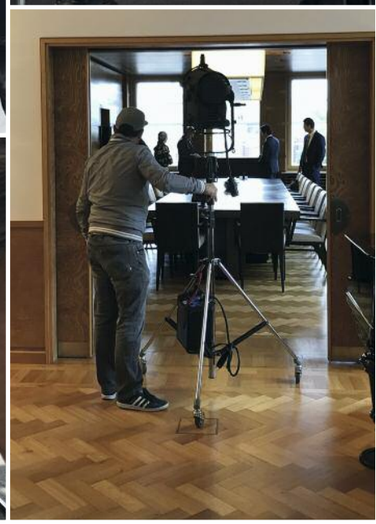
Kontakt:
www.sterntaucher-filmproduktion.de

... und Action!

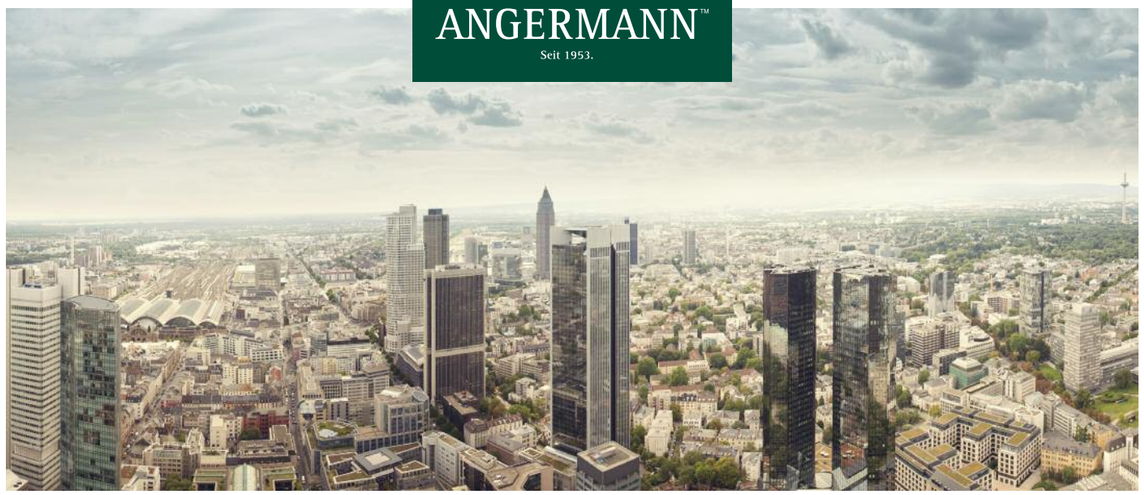
Impressionen vom Recruiting-Filmdreh



Nach insgesamt fünf Drehtagen fiel im September die letzte Klappe für die Recruiting-Filme von Angermann, NetBid und Oaklins Germany. Neben Eindrücken vom Arbeitsalltag an den verschiedenen Standorten drehte das Team der Sterntaucher Filmproduktion auch an vielen spannenden Locations außerhalb der normalen Büroatmosphäre. So gab es unter anderem Außendrehs im Brahmskontor, im Watermark in der HafenCity mit Rundum-Panoramablick auf Hamburg, am Flughafen Hamburg, in einer Logistik-Immobilie, in einer kreativen Loftfläche, im Upper West mit Blick über Berlin sowie im Bundesministerium für Gesundheit in der Friedrichstraße. Die Freude am Mitwirken war allen Beteiligten anzumerken, und wir blicken gespannt auf die Veröffentlichung der Filme noch in diesem Jahr.



ANGERMANN™
Seit 1953.



Die ANGERMANN Gruppe bietet maßgeschneiderte Lösungen im Immobilienbereich! Seit über 60 Jahren sind wir als inhabergeführtes Beratungsunternehmen erfolgreich. Mit Niederlassungen in Deutschland und einem internationalen Netzwerk bieten wir umfassende Kompetenz und außerordentliche Qualität unserer Leistungen. Unsere insgesamt 200 Mitarbeiter wissen das zu schätzen. Spaß und Herausforderung in einem dynamischen und anspruchsvollen Umfeld lassen auch Ihre beruflichen Ziele wahr werden!

Wir suchen zur Unterstützung unseres Teams in Frankfurt zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

Senior Consultant (m/w)
Büroimmobilien

Ihre Aufgaben:
- Mitarbeit in der Beratung von Eigentümern /Investoren - von der Erstansprache bis zur Abwicklung einer Transaktion
- Professionelle Beratung von Gesuchen
- Vermarktung und Betreuung von Immobilien
- Aufbereitung von Vermarktungsunterlagen
- Erstellung von Objektanalysen

Ihr Profil:
- Abgeschlossenes wirtschaftswissenschaftliches oder immobilienspezifisches Studium
- Mindestens 2 Jahre Berufserfahrung
- Sehr gute Kenntnisse der deutschen Sprache, der gängigen MS-Office Produkte, sichere Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Ausgeprägte Team- und Kommunikationsfähigkeit und eine hohe Dienstleistungsorientierung
- Sie mögen vielfältige Herausforderungen und anspruchsvolle Aufgaben

Immobilienberater (m/w)
Vermietung Gewerbeimmobilien

Ihre Aufgaben:
- Mitarbeit in der Beratung der Kunden - von der Erstansprache bis zur Transaktion
- Professionelle Beratung von Gesuchen
- Vermarktung und Betreuung von Immobilien
- Aufbereitung von Vermarktungsunterlagen
- Erstellung von Objektanalysen

Ihr Profil:
- Abgeschlossenes Hochschulstudium oder abgeschlossene Ausbildung zum/zur Immobilienkaufmann/-frau
- Berufsanfängern / Quereinsteigern bieten wir die gleichen Chancen
- Sehr gute Kenntnisse der deutschen Sprache, sichere Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Ausgeprägte Team- und Kommunikationsfähigkeit und eine hohe Dienstleistungsorientierung
- Sie mögen vielfältige Herausforderungen und anspruchsvolle Aufgaben

Unser Angebot / Wir bieten:
- Abwechslungsreiche und spannende Aufgaben in einem sympathischen und offenen Team
- Flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege in einem inhabergeführten Unternehmen
- Ein überdurchschnittliches, leistungsorientiertes Vergütungssystem
- Ein Miteinander auf Augenhöhe
- Weiterbildung und ausgezeichnete Entwicklungsmöglichkeiten
- Modernes Büro im Frankfurter Westend

Kommen Sie zu uns und gestalten Sie Angermann mit! Wir freuen uns auf Sie!

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen. Diese senden Sie bitte per E-Mail an: kerstin.krueger@angermann.de, Angermann Investment Advisory AG, Kerstin Krüger, Guiollettstraße 48, 60325 Frankfurt, Tel: 069-50 50 29 10, www.angermann.de

Unser Nachwuchs: Fundament für die Zukunft

In der Angermann-Gruppe wird seit jeher Wert auf eine eigene Ausbildungskultur gelegt. Zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besitzen einen Ausbilderschein, um die Youngster gut betreuen zu können. Viele unserer ehemaligen Auszubildenden sind noch heute in der Angermann-Gruppe tätig, einige in leitender Position, wie zum Beispiel Frank Kerstan und Artur Kraft, die 2002 beziehungsweise 2003 ihre Ausbildung zum Immobilienkaufmann bei Angermann begonnen haben und beide heute als Direktor bei der Hamburger Bürovermietung arbeiten.

Wer sich für Angermann entscheidet, will bewusst mehr Freiraum, mehr Individualität. Schon in der Ausbildung betreuen die jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre eigenen Kunden. Wir bilden aus, um unsere Teams zu erweitern, und übernehmen alle Auszubildenden, die zu uns passen. Im besten Fall haben sie das sogenannte „Angermann-Gen", nämlich das Selbstverständnis, als Unternehmer im Unternehmen zu agieren. Das setzt eigenständiges Handeln, ein hohes Maß an Eigenmotivation und eine sehr gute Teamfähigkeit voraus.

Was in vielen großen Firmen als automatisierter Prozess mit standardisierten Bewerbungsverfahren, Einstellungstests etc. abläuft, findet bei Angermann nach wie vor individuell statt. Die Bewerberinnen und Bewerber kommen nicht selten durch Empfehlungen auf Angermann zu oder werden durch Anzeigen auf uns aufmerksam. Nach den Bewerbungsgesprächen wird an einigen Standorten ein Predictive-Index-Verfahren durchgeführt. Häufig wird zunächst Probearbeiten oder ein Praktikum vereinbart. Laura Stonjeck, Auszubildende zur Immobilienkauffrau in der Stuttgarter Bürovermietung, hat zum Beispiel bei Angermann ein dreimonatiges Praktikum absolviert, ehe sie sich für die Ausbildung entschieden hat.

Während der Ausbildung stehen mehrere qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Ausbilderschein für Fragen, Probleme und Organisatorisches zur Verfügung. Im Berliner Vermietungsteam gibt es zusätzlich eine rotierende Zuordnung zu den Maklern: Für drei Monate schaut der Auszubildende über die Schulter der Kollegin bzw. des Kollegen und arbeitet ihr oder ihm zu. So werden die unterschiedlichen Arbeitsweisen transparent, und jeder kann sich Anregungen für die eigene Organisation des Geschäfts holen.

Ab 2018 sollen in der Bürovermietung Hamburg auch Kaufleute für Büromanagement ausge- »

Frank Kerstan

Frank Kerstan kam nach seiner Bundeswehrzeit zu Angermann und begann 2002 eine Ausbildung zum Immobilienkaufmann in der Bürovermietung Hamburg. Heute ist er Abteilungsleiter und Direktor einer 25-köpfigen Mannschaft. „Die Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten haben mich davon überzeugt, auch nach der Ausbildung bei Angermann zu bleiben. Entscheidend dazu beigetragen hat auch das Vertrauen des Vorstands in meine Person", erklärt Frank seine Beweggründe.
Er durchlief die Makler-Hierarchie von der Bearbeitung kleinerer Gesuche hin zu den ganz großen Deals. „Vor allem das familiäre Umfeld macht Angermann als Arbeitgeber so wertvoll. Hier steht die Person im Vordergrund und nicht ihre Funktion. Deswegen käme ein Job bei einem Konzern für mich nicht infrage", so Frank weiter. Die Finanzierung des Studiums an der ADI zum Immobilienökonom sowie auch die Fortbildung als Führungskraft waren für Angermann selbstverständlich. „Die Weiterentwicklung meiner Fähigkeiten und Führungsqualitäten hat mir immer das Gefühl gegeben weiterzukommen und bei neuen Aufgaben begleitet sowie gut vorbereitet zu werden", ist Franks Fazit zu seiner bisherigen Karriere bei Angermann

bildet werden. Die notwendigen Vorbereitungen sind gerade in vollem Gange. Die Organisation der Büros ist für die Vertriebsmitarbeiter von entscheidender Bedeutung, damit die Kunden schnell und professionell betreut werden können. Hier ist vor allem Stressresistenz gefragt, um den zeitweise hektischen Arbeitsalltag managen zu können. Daher ist es auch in diesem Bereich sehr sinnvoll, den eigenen Nachwuchs auszubilden.

Aber am besten lesen Sie selbst, was unsere (ehemaligen) Auszubildenden über das Arbeiten bei Angermann zu sagen haben

Kontakt:
040 - 3 49 14 - 0
recruiting@angermann.de

Hannes Schönfeld
Azubi Immobilienkaufmann,
Bürovermietung Hamburg, 1. Lehrjahr

»Ausbildung bei Angermann – arbeiten im coolsten Team Hamburgs :-D«

Laura Stonjeck
Azubi Immobilienkauffrau,
Bürovermietung Stuttgart, 3. Lehrjahr

»Bei Angermann konnte ich schon nach einem halben Jahr sehr eigenverantwortlich arbeiten, ich komme überall mit hin und bin von Anfang an ein vollwertiges Mitglied des Teams gewesen.«

Aday Erdinc
Azubi Immobilienkaufmann,
Bürovermietung Berlin, 1. Lehrjahr

»Schon zu Beginn der Ausbildung bei Angermann spürt man sofort: Man befindet sich auf einem ganz anderen Niveau. Die zielgerichtete und konzentrierte Art und Weise, wie man hier arbeitet, ist in Kombination mit der freundlichen und familiären Atmosphäre die beste Voraussetzung sowohl dafür, die Ausbildung erfolgreich abzuschließen, als auch im späteren Berufsleben für seinen Ehrgeiz und Fleiß belohnt zu werden.«

Lars Löwel
Azubi Immobilienkaufmann,
Bürovermietung Hamburg, 3. Lehrjahr

»Der Unterschied zu anderen Firmen ist, dass man mehr auf sich allein gestellt ist, mehr Verantwortung trägt und schon sehr früh viele interessante Aufgaben in der Ausbildung gestellt bekommt. So in der Art hätte ich es zusammengefasst gesagt. Etwas kürzer: Die Ausbildung bei Angermann stellt einen jeden Tag vor neue und anspruchsvolle Aufgaben/ Herausforderungen.«

Artur Kraft
Direktor Bürovermietung Hamburg und ehemaliger Azubi Immobilienkaufmann

»Die Ausbildung bei Angermann ist sehr anspruchsvoll. Es wird einem schnell zugetraut, eigene Deals zu machen. Dieses Vertrauen in meine Person und die familiäre Atmosphäre im Team waren die Gründe, mich auch nach der Ausbildung für Angermann zu entscheiden.«

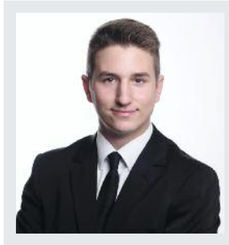
Illustrationen von: Rocketpixel - Freepik.com

Fabian Runge
Immobilienberater Bürovermietung Berlin und ehemaliger Azubi Immobilienkaufmann

»Der große Vorteil bei der Firma Angermann ist, dass wir ein familiäres Arbeitsumfeld mit flachen Hierarchien haben und auch das Wort eines Auszubildenden Gehör findet. Alle treten selbst den jungen Mitarbeitern mit dem nötigen Respekt gegenüber , und man wird nicht nur gefordert, sondern von Tag eins an auch gefördert. Neben der erfolgs- sowie zielorientierten Arbeit darf der Spaß natürlich auch nicht zu kurz kommen.«

Maxi Emilia Günther
Immobilienberaterin Bürovermietung Stuttgart und ehemalige Azubi Immobilienkauffrau

»Für mich war das tolle Team ein maßgeblicher Faktor, nach der Ausbildung zu bleiben. Flache Hierarchien, die den direkten Draht zu allen Vorgesetzten ermöglichen, und die großen Freiheiten, die einem bei der Ausübung des Jobs eingeräumt werden, waren weitere entscheidende Gründe. Damals wie heute bekomme ich Unterstützung, wenn ich welche brauche. Mein derzeitiges Studium wird voll unterstützt, und das unterstreicht die Wertschätzung meiner Person.«



Elvir Gazibara
Azubi Immobilienkaufmann,
Bürovermietung Berlin, 3. Lehrjahr

»Nach drei Jahren bei Angermann kann ich die bisherige Zeit nur als spannend und aufregend bezeichnen. Jeden Tag gibt es neue Herausforderungen, die man entweder eigenständig oder jederzeit im Team bewältigen kann. Mit den Kollegen ist stets ein angenehmes und lockeres Miteinander möglich, sei es während oder privat nach der Arbeit. Trotz allem wird, wenn es darauf ankommt, Seriosität und Professionalität an den Tag gelegt. Dieser gelungene Spagat gibt mir das Gefühl, aufgehoben und an der richtigen Stelle zu sein.«

Dominic Röder
Azubi Immobilienkaufmann,
Bürovermietung Berlin, 1. Lehrjahr

»Die Ausbildung bei der Firmengruppe Angermann ist sehr spannend, informativ und gleichzeitig abwechslungsreich. Es macht sehr viel Spaß, in diesem renommierten Unternehmen mit professionellen Kollegen zusammenzuarbeiten.«

Steven Zander
Immobilienberater Bürovermietung Berlin und ehemaliger Azubi Immobilienkaufmann

»Angermann bietet nicht nur das Fachwissen, sondern fördert zusätzlich die Teamfähigkeit und Selbstorganisation in einem sehr familiären Umfeld.«

Kimberly Karpe
Azubi Immobilienkauffrau,
Bürovermietung Berlin, 2. Lehrjahr

»Die Ausbildung bei Angermann ist nicht nur super spannend, lehrreich und interessant, sondern fordert auch die eigenen Stärken heraus.«

Weiterbildung in der Restrukturierungsberatung

Lebenslanges Lernen gehört heute selbstverständlich zu den meisten Berufen. Für den Bereich der Restrukturierungsberatung gilt das besonders, da sich hier die Anforderungen sehr schnell ändern. Eine der Weiterbildungsoptionen ist der hochschulzertifizierte Lehrgang zum „Certified International Turnaround Professional, CITuP", der vom Institut für Grenzüberschreitende Restrukturierung an der Fachhochschule Kufstein angeboten wird. inpuncto sprach mit Teilnehmer Frederik Blümm (Berater, Angermann Consult GmbH), Institutsleiter Prof. Dr. Markus W. Exler sowie Thorsten Holland (geschäftsführender Partner Angermann Consult GmbH) über den Lehrgang im Speziellen und das Thema Weiterbildung im Allgemeinen.

Frederik Blümm

Berater bei der Angermann Consult GmbH

Warum ist Fortbildung in der Unternehmensberatung so wichtig?
Gerade im Bereich der Restrukturierungsberatung ändern sich die Anforderungen an einen Berater sehr schnell. Ob neue Branchentrends, gesetzliche Bestimmungen oder Änderung des Marktumfeldes. Als Berater sollte man mit der Zeit gehen und seinen Beratungsansatz von Zeit zu Zeit auf den Prüfstand stellen. An dieser Stelle spielen Fortbildungen eine wichtige Rolle, um neue Ideen und Lösungsansätze für den Beratungsalltag zu generieren.

Wie fällt Ihr Fazit nach dem Lehrgang aus?
Der CITuP-Lehrgang hat mich durch seine professionelle Organisation sehr überzeugt. Durch den hohen Praxisanteil, das selbstständige und teambasierte Bearbeiten von Fallstudien und die Auswahl der Dozenten aus dem Wirtschafts- und Beratungsumfeld wird ein lehrreicher und hochinteressanter Schulungsverlauf in entspannter Atmosphäre sichergestellt. Persönlich wertvoll war für mich das vermittelte Wissen rund um die Insolvenz, das meines Erachtens für jeden Berater im Bereich Restrukturierung und Sanierung unverzichtbar ist.

Lohnt sich der Zeitaufwand?
Definitiv. Das Lernen für die Prüfung ist natürlich neben der täglichen Arbeit manchmal eine Herausforderung. Dafür konnte ich die Inhalte aber sehr gut verinnerlichen, die in den ersten Projekten auch gleich zur Anwendung kamen.

Was wird vermittelt, und was waren die Schwerpunkte?
Der Lehrgang ist prinzipiell in drei Blöcke gegliedert. Gestartet wird mit kommunikativen Aspekten und Inhalten aus dem Bereich Change Management, die vor allem im krisennahen Beratungsumfeld nicht zu unterschätzen sind. Weiter bilden rechtliche Aspekte einen großen Schwerpunkt des Lehrgangs. Hier wurde den Teilnehmern ein guter Überblick über das deutsche Insolvenzrecht vermittelt. Selbstverständlich lag ein weiterer Fokus auf der leistungswirtschaftlichen und finanzwirtschaftlichen Restrukturierung, der Erstellung von Sanierungskonzepten sowie Distressed M&A. Interessant waren insbesondere die unterschiedlichen prozessualen und bilanziellen Stellhebel in der Restrukturierung, die einen nachhaltigen Turnaround sicherstellen sollen.

Für wen ist der Lehrgang empfehlenswert?
Der Lehrgang vermittelt vor allem für Teilnehmer mit zwei bis vier Jahren Berufserfahrung neue Impulse und Ideen für das tägliche Beratungsgeschäft. Gerade für junge Beraterinnen und Berater, die im Projektalltag mehr Verantwortung übernehmen möchten und an der Schwelle zur Projektleitung stehen, ist der CITuP-Lehrgang eine ausgezeichnete Weiterentwicklungs- und Fortbildungsmöglichkeit.

Welche Bedeutung hat das Networking am Rande des Lehrgangs?
Networking-Möglichkeiten spielen eine wichtige Rolle und sind von der Instituts- und Lehrgangsleitung explizit vorgesehen sowie hervorragend organisiert. Jeder Schulungsblock hat mindestens ein gemeinsames Abendessen in angenehmer Atmosphäre, an dem zumeist auch die Dozenten teilnehmen. Darüber hinaus treffen sich alle Teilnehmer zum gemeinsamen Mittagessen in der FH Kufstein und organisieren weitere Treffen am Abend in Eigenregie. Selbstverständlich bleibt am Rande der Veranstaltung und in den Pausen genug Zeit, alle Teilnehmer kennenzulernen und Erfahrungen auszutauschen.

Prof. Dr. Markus W. Exler

Leiter des Instituts für Grenzüberschreitende Restrukturierung

Seit wann gibt es den Lehrgang, und was waren die Gründe, ihn ins Leben zu rufen?
Wir haben unseren hochschulzertifizierten Lehrgang „International Turnaround Professional, CITuP" 2014 gestartet. Unsere Überlegung war, neben unserem zweijährigen berufsbegleitenden Masterstudiengang „Unternehmensrestrukturierung und -sanierung" für die Professionals der Branche eine kompakte praxisnahe Ausbildung auf Hochschulniveau anzubieten. Wir wollten ganz bewusst ein Zeichen setzen, da es im deutschsprachigen Raum durchaus einzelne hochschulferne Restrukturierungslehrgänge oder -seminare gibt, die auch mit einem Zertifikat abschließen, aber nicht immer ein fundiertes Konzept aufweisen. Eine Besonderheit unserer Weiterbildung ist beispielsweise, dass wir mit unserem kompetenten Dozententeam, das parallel auch in unserem Masterstudiengang Vorlesungen hält, das Begleitbuch „Restrukturierungs- und Turnaround-Management" entwickelt haben, um die Wissens- und Erfahrungsvermittlung zu unterstützen.

Wen sprechen Sie mit diesem Angebot an?
Grundsätzlich diejenigen, die schon über Erfahrung in Restrukturierungsprojekten verfügen. Darüber hinaus ist eine für uns wichtige Besonderheit, dass wir am Ende der Ausbildung keinen „Sitzschein" vergeben, sondern eine Leistung bescheinigen, die auf einer bestandenen fünfstündigen Abschlussprüfung basiert. Das setzt natürlich voraus, dass sich die Teilnehmenden die entsprechende Zeit für eine fundierte Vorbereitung nehmen können.

Was soll den Teilnehmern im Rahmen des Lehrgangs vermittelt werden?
Unser Anspruch ist es, eine grenzüberschreitende und interdisziplinäre Vertiefung zu vermitteln, um Veränderungsprozesse auch in komplexen Unternehmensstrukturen professionell gestalten zu können. Aus der Perspektive der Geschäftsleitung, des Interimsmanagers, der Entscheidungsträger von Kreditinstituten sowie der beratenden Berufe wird den Lehrgangsteilnehmern die besondere Expertise der operativen und finanzwirtschaftlichen Restrukturierung sowie juristische Aspekte an die Hand gegeben, um insbesondere eine außergerichtliche Sanierung professionell umsetzen zu können. Bei uns können sich die Teilnehmenden aussuchen, ob sie den zweitägigen Rechtsteil mit deutschem oder österreichischem Insolvenz-, Gesellschaft- und Arbeitsrecht belegen. Neben einer international ansprechenden Managementausbildung ist es auch das Ziel, im wechselseitigen transnationalen Erfahrungsaustausch der Teilnehmer aus Deutschland, Österreich und Südtirol funktionierende Lösungsansätze als Best-Practice-Standards zu entwickeln.

Teilnehmende des CITuP 2017

Inwieweit wird im Rahmen des Lehrgangs das Netzwerken zwischen den Teilnehmern gefördert?

Die Fachhochschule Kufstein, die am Tor zu den Kitzbüheler Alpen liegt, bietet allen Teilnehmenden ein charmantes Ambiente für „Professional Networking", auf das wir sehr viel Wert legen, um ein stilvolles Seminar- und Tagungserlebnis zu bieten. Im ersten dreitägigen Lehrgangsblock veranstalten wir ein Welcome Dinner, das wir dann jeweils an einem Abend der darauffolgenden zwei Lehrveranstaltungsblöcke in verschiedenen Lokalitäten fortsetzen. So sind wir beispielsweise an einem Abend beim berühmten Stangl-Wirt in Going bei Kitzbühel zu Gast. Da wir immer einen bunten Mix aus erfahrenen Restrukturierungsmanagern, Interimsmanagern oder auch Bankenvertretern sowie in der Regel jüngeren Unternehmensberatern haben, ist auch das gegenseitige Voneinander-Lernen ein wichtiger Teil der Netzwerkbildung.

Warum sind fundierte Fortbildungsmaßnahmen so wichtig?

Über die letzten Jahre haben sich eine ganze Reihe an Weiterbildungsmaßnahmen für die Restrukturierungs- und Sanierungsbranche entwickelt. Es gibt, wie immer im Leben, gute und weniger gute Formate. Wir legen sehr viel Wert darauf, dass wir uns von unseren Teilnehmenden und auch Absolventen evaluieren lassen. Auch ist es uns wichtig, dass wir ständig einer externen Begutachtung standhalten. Der BDU-Fachverband Sanierungs- und Insolvenzberatung beispielsweise hat uns das Label „BDU-empfohlen" erteilt. Unser Masterstudiengang hat 2016 von der TMA Deutschland (Turnaround Management Association) das Qualitätssiegel „TMA-approved" bekommen. Dem ging ein einjähriger Begutachtungsprozess voraus, in dem die gesamten Inhalte und auch das Dozententeam geprüft wurden, und zwar nicht nur auf dem Papier, sondern auch mit Stichproben einzelner Lehrveranstaltungen vor Ort. Das ist für uns ganz wichtig, um eine permanente Bestätigung dafür zu erhalten, dass unsere Aus- und Fortbildungsinhalte am Institut für Grenzüberschreitende Restrukturierung der Fachhochschule Kufstein auch in der Restrukturierungs- und Sanierungsbranche als „state of the art" gelten.

Thorsten Holland

Geschäftsführender Partner bei der Angermann Consult GmbH

Was versprechen Sie sich von der Fortbildung Ihrer Mitarbeiter?

Unsere Mitarbeiter haben, wenn sie zu Angermann Consult kommen, bereits eine qualifizierte akademische Ausbildung mit Bachelor- und Masterabschluss hinter sich. Dazu gehören in der heutigen Zeit ganz überwiegend Studien- oder Praktikumsaufenthalte im Ausland. In der Projektarbeit für unsere mittelständischen Mandanten sind sie dann mit vielfältigen Anforderungen aus unterschiedlichen Bereichen der unternehmerischen Praxis konfrontiert. Das erfordert die Analyse einer komplexen unternehmerischen Ausgangslage unter betriebswirtschaftlichen, organisatorischen und marktstrategischen Aspekten. Dazu werden Beratungstools eingesetzt, die heutzutage in der Regel IT-basiert sind, und es gilt, das Management zu integrieren. Neben dem in der Regel betriebswirtschaftlich ausgerichteten Studienwissen kommen auf unsere Berater dabei viele neue Fragestellungen aus Themenfeldern wie Finanzwirtschaft, Organisation, Steuern und Recht zu. Weitere Herausforderungen ergeben sich über die Studieninhalte hinaus dadurch, dass die Berater im Team mit Mitarbeitern unterschiedlicher fachlicher Ausrichtung, aber auch mit externen Dienstleistern wie Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern, Juristen oder Finanzierungspartnern zusammenarbeiten müssen. Das will gelernt sein.

Durch Fortbildungen sollen unsere Mitarbeiter die Möglichkeit bekommen, Einblicke in angrenzende Leistungsfelder mit steuerlichen, juristischen oder auch kommunikativen Ausrichtungen zu erhalten. Darüber hinaus gilt es, Tools zu erlernen, die in der Projektpraxis immer wieder zur Analyse oder auch zur Darstellung von Projektergebnissen eingesetzt werden. Zielsetzung soll es dabei sein, Wissen für die konkrete Beratungspraxis zu ergänzen und zu erweitern. Doch auch der interdisziplinäre Austausch im Rahmen der Fortbildungsveranstaltungen mit Teilnehmern anderer Unternehmen und fachlicher Disziplinen ist ein wichtiger Aspekt für uns.

Inwieweit ist Mitarbeiterfortbildung ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensphilosophie von Angermann Consult?

Als Beratungsunternehmen ist Angermann Consult Teil der Angermann-Gruppe und damit eines inhabergeführten Familienunternehmens. Zielsetzung ist es für uns, qualifizierte Mitarbeiter mit guten Studienabschlüssen und in der Regel ersten Ausbildungsstationen im Ausland über Studium oder Praktikum zu gewinnen. Diese Mitarbeiter können und sollen sich dann in der Beratungspraxis im Team fachlich weiterentwickeln und während der Projektarbeit für unsere Mandanten Erfahrung sammeln. Die Mitarbeiterfortbildung dient der individuellen Weiterqualifikation in Ergänzung zur beruflichen Praxis, ist aber auch dem sich dynamisch weiterentwickelnden Beratungs- und Unternehmensumfeld geschuldet. Angermann Consult befindet sich wie die anderen Unternehmen der Angermann-Gruppe als mittelständisches Unternehmen im Wettbewerb mit internationalen Dienstleistungskonzernen, aber auch mit spezialisierten Mittelständlern. Angebote an unsere Mitarbeiter kommen aus unterschiedlichsten Branchen des wirtschaftlichen Umfeldes. Zur Unternehmensphilosophie von Angermann Consult innerhalb der Angermann-Gruppe gehört es, qualifizierte Mitarbeiter nicht nur zu gewinnen, sondern möglichst auch zu binden und ihnen ein anspruchsvolles Arbeitsumfeld mit Weiterentwicklungsmöglichkeiten zu bieten. Dazu sehen wir die Mitarbeiterfortbildung als einen Baustein.

Warum ist eine regelmäßige Fortbildung im Beratungsgeschäft so wichtig?

Das Beratungsgeschäft ist in einem wirtschaftlichen Umfeld mit permanenten Veränderungen und Weiterentwicklungen angesiedelt. Digitalisierung und Internationalisierung seien als zwei Herausforderungen genannt. Neuausrichtungen unserer Mandantenunternehmen mit Fusionen, aber auch Spezialisierungen bewirken weitere Veränderungen, die sich auf das Beratungsgeschäft auswirken. Aber auch ein sich veränderndes Wettbewerbsumfeld, geprägt durch Beratungsunternehmen mit sehr spezifischem Beratungsfokus einerseits, durch weltweit tätige Dienstleistungsunternehmen aus dem Prüfungs-, EDV- oder Strategieumfeld oder aus dem juristischen oder Insolvenz-Umfeld andererseits, machen eine permanente Anpassung des eigenen Beratungs- bzw. Leistungsspektrums und damit auch die entsprechende Weiterqualifizierung der eigenen Mitarbeiter notwendig. Dem stellt sich Angermann Consult als mittelständisches Beratungsunternehmen mit entsprechenden Fortbildungsangeboten.

Kontakt:
Angermann Consult GmbH
Thorsten Holland
040 - 3 49 14 - 183
thorsten.holland@angermann.de
www.angermann.de

Kurstermine Lehrgang zum „Certified International Turnaround Professional, CITuP"

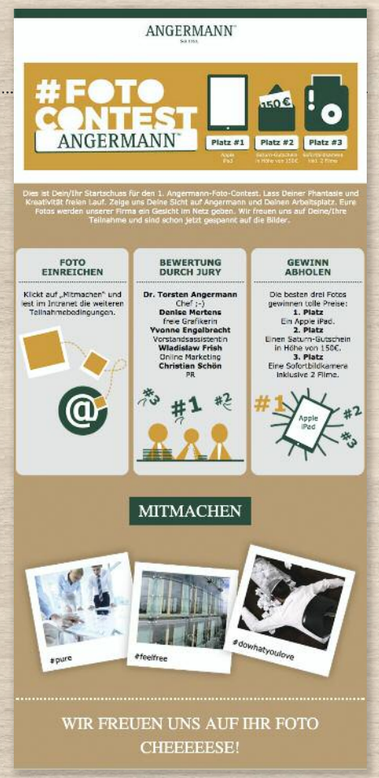
12. bis 14. April 2018:	Kommunikative Aspekte
26. bis 28. April 2018:	Recht & Finanzwirtschaft
03. bis 05. Mai 2018:	Betriebswirtschaftliche Aspekte
15. Juni 2018 2018:	Abschlussprufung

www.restrukturierung.fh-kufstein.ac.at

Foto-Contest:

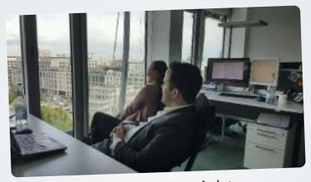
Angermann-Mitarbeiter lassen Fantasie und Kreativität freien Lauf

Welche Sicht haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen auf ihren Arbeitgeber und ihren Arbeitsplatz? Um eine Antwort auf diese Frage zu bekommen, fiel in diesem Jahr der Startschuss für den ersten Angermann Foto-Contest. Alle waren aufgerufen, ihre Bilder einzureichen und tolle Preise zu gewinnen. Entstanden sind viele sehenswerte Schnappschüsse und ideenreiche Bildkompositionen zur Angermann-Welt. Eine Jury aus internen und externen Juroren konnte sich schnell auf den ersten und zweiten Platz einigen. Der dritte Platz musste dann doppelt belegt werden. Bewertet wurden die Bildkomposition, die Idee und die Aussagekraft der Fotos.



Erst mal Kaffee und Intranet (Foto: Nico Betz)

Frühling im Büro (Foto: Dr. Hans Bethge)


Berliner Büro mit Aussicht (Foto: Fabian Runge)

Skyline Frankfurt (Foto: Nina Julia Brandenburger)

Auch ein Becher braucht mal Pause (Foto: Annette Hennig)

Rettungsschirm für Hamburger Schmuddelwetter (Foto: Claus Herrmann)

And the winners are:

Unser Bürohund Wanda hält nichts vom Casual Friday (Foto von Pia Dragon, Dimitri Felsing, Johannes Welker)

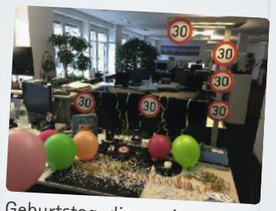
Hobbyfotograf Tim Deisemann arrangiert gleich ein Stockfoto für uns

Typisch Angermann: liebevolle Tischdeko und enthusiastisch gratulierende Kolleginnen und Kollegen (Foto: Jeanette Harting)

Unserer bombastischer Blick aus dem Berliner Büro inspirierte Fabian Runge zu seinem Foto

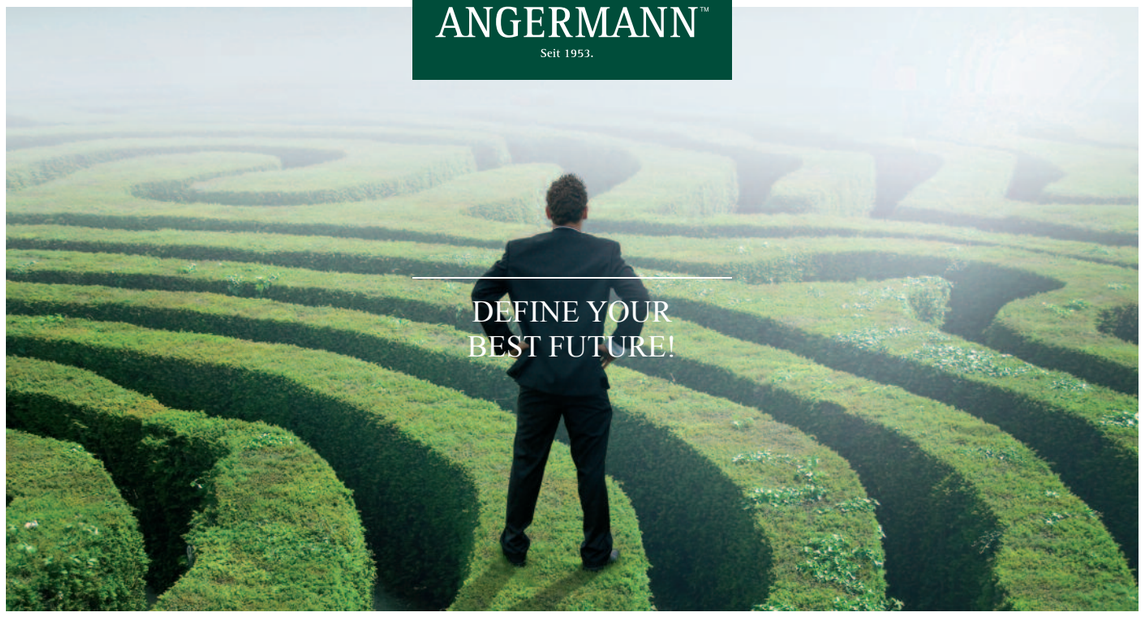
Memory Pig (Foto: Annette Hennig)

Ein Becher auf Reisen: Stuttgarter Schloßplatz (Foto: Maxi Emilia Günther)


Geburtstag, die zweite (Foto: Jan Wilkens)

Ausgetretene Pfade kann jeder… (Foto: Julian Krönke)

ANGERMANN™
Seit 1953.



Die ANGERMANN Valuation and Advisory GmbH – Chartered Surveyors ist ein national und international tätiges Unternehmen der renommierten ANGERMANN-Gruppe, welche das gesamte Spektrum der Immobiliendienstleistungen unter einem Dach vereint. Die Angermann Valuation and Advisory GmbH ist spezialisiert auf die Wertermittlung und Analyse von Gewerbe- und Wohnimmobilien.

Für unseren Standort in Hamburg suchen wir ab sofort zur Verstärkung unseres Teams einen

(Senior-) Consultant Immobilienbewertung (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Erstellung von Wertgutachten für Gewerbe-, Wohn- und Spezialimmobilien (bundesweit) nach nationalen und internationalen Standards
- Bewertung von Immobilienportfolios
- Erarbeitung von Potenzialanalysen und Nutzungskonzepten; Durchführung von Wirtschaftlichkeitsberechnungen

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes immobilienspezifisches oder technisch orientiertes Hochschulstudium (Immobilienwirtschaft, Real Estate, Architektur, Bauingenieurwesen oder vergleichbar)
- Je nach Einsatzbereich ein- bis mehrjährige Berufserfahrung in der Immobilienwirtschaft
- Bewertungsspezifische Zusatzqualifikation oder Interesse, diese zu erwerben
- Hohe Einsatzbereitschaft und Flexibilität
- Sicherer Umgang mit MS Office Produkten (v.a. Word, Excel)
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Unser Angebot / Wir bieten:

- Anspruchsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem dynamischen Arbeitsumfeld
- Angemessene, leistungsgerechte Bezahlung
- Förderung Ihrer beruflichen Fort- und Weiterbildung (MRICS/Chartered Surveyor, HypZert)
- Attraktiver Arbeitsplatz in der Hamburger City

Kommen Sie zu uns und gestalten Sie Angermann mit! Wir freuen uns auf Sie!

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung per E-Mail oder per Post unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung sowie des frühestmöglichen Eintrittstermins an:

Angermann Valuation and Advisory GmbH - Chartered Surveyors
Frau Anu Rösler, ABC-Straße 35, 20354 Hamburg, Telefon: 040 34914-242, E-Mail: anu.roesler@angermann.de, www.angermann.de

RICS

Kontakte

REAL ESTATE

Hauptsitz Hamburg:
ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel.: +49 (0)40-3 49 14-0
E-Mail: aia-hamburg@angermann.de
E-Mail: area-hamburg@angermann.de

Niederlassung Berlin:
Lennéstraße 1
10785 Berlin
Tel.: +49 (0)30-23 08 28-0
E-Mail: aia-berlin@angermann.de
E-Mail: area-berlin@angermann.de

Niederlassung Frankfurt:
Guiollettstraße 48
60325 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0)69-5 05 02 91-0
E-Mail: aia-frankfurt@angermann.de
E-Mail: area-frankfurt@angermann.de

Niederlassung Hannover:
Windmühlenstr. 3
30159 Hannover
Tel.: +49 (0)511-93 61 92-21
E-Mail: info@angermann-hannover.de

Niederlassung Stuttgart:
Bolzstraße 3
70173 Stuttgart
Tel.: +49(0)711-22 45 15-50
E-Mail: aia-stuttgart@angermann.de
E-Mail: area-stuttgart@angermann.de

Stockholm:
Angermann Investment Advisory AB
Sveavägen 9, 10tr
111 57 Stockholm
Sweden
Tel.: +46 (0)70 978 99 77
E-Mail: kontakt@angermannsweden.com

www.angermann.de
www.bürosuche.de

MERGERS & ACQUISITIONS

Oaklins GERMANY

Standort Hamburg:
Oaklins Angermann AG
ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel.: +49 (0)40-3 49 14-0
E-Mail: info@de.oaklins.com

Standort Frankfurt:
Oaklins Angermann AG
Guiollettstraße 48
60325 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0)69-5 05 02 91-1
E-Mail: info@de.oaklins.com

Standort Stuttgart:
Oaklins Angermann AG
Bolzstraße 3
70173 Stuttgart
Tel.: +49 (0)711-22 45 15-0
E-Mail: info@de.oaklins.com

Standort Berlin:
Oaklins Angermann AG
Lennéstraße 1
10785 Berlin
Tel.: +49)(0)30-23 08 28-12
E-Mail: info@de.oaklins.com

www.oaklins.de

BUSINESS CONSULTANTS

Hamburg:
Angermann Consult GmbH
ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel.: +49 (0)40-3 49 14-0
Fax +49 (0)40-3 49 14-147
E-Mail: ac@angermann.de

EK Plus
ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel. +49 (0)40-3 49 14-183
E-Mail: stefan.linge@angermann.de
www.ekplus.de

MACHINERY & FINANCE

NETBID
Angermann Machinery & Equipment

Hauptsitz Hamburg:
ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel.: +49 (0)40-35 50 59-0
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Stuttgart:
Bolzstraße 3
70173 Stuttgart
Tel.: +49 (0)711-22 45 15-23
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Spanien:
Vía Augusta 9, 4º-2ª
ES-08006 Barcelona
Tel.: +34 (0)661 411 469
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Österreich:
Bräuhausgasse 37
A-1050 Wien
Tel.: +43 (0)1890-66 70
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Schweiz:
Bahnhofstrasse 88
CH – 5430 Wettingen
Tel.: +41 (0) 566 18 33-28
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Polen:
ul. Plowiecka 76
PL-04501 Warszawa
Tel.: +48 (0)22-636 02 70
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Tschechien:
V Jirchářích 12
CZ-110 00 Praha 1
Tel.: +42 (0)224-93 43 69
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Slowenien
Zagrebska cesta 76
2000 Maribor
Tel.: +386 (40) 515 140
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Bulgarien
15 B ´Prof. Asen Zlatarov´ Str., Floor 1
1504 Sofia
Tel.: +359 2 448 6696
E-Mail: info@netbid.com

Niederlassung Korea
6th Floor Dongwon Bldg.
Seocho-gu, Seoul 06649, Korea
Tel.: +82 10 3713 0504
E-Mail: info@netbid.com

www.netbid.com

NordLeasing

Nord Leasing GmbH
ABC-Straße 35
20354 Hamburg
Tel.: +49 (0)40-3 34 41 55-111
E-Mail: info@nordleasing.com
www.nordleasing.com

Deutsche Einkaufsfinanzierer

Deutsche Einkaufsfinanzierer GmbH
Bolzstraße 3
70173 Stuttgart
Tel.: +49 (0)40 - 999 999 400
E-Mail: info@einkaufsfinanzierer.com
www.einkaufsfinanzierer.com