

Leitfaden zur Erstellung eines Firmen-Memorandums

Inhalt

Der Aufbau eines Memorandums

- 1. Executive Summary**
- 2. Eckdaten**
- 3. Unternehmensführung**
- 4. Produkt-/ Leistungsprogramm und Produktion**
- 5. Markt**
- 6. Vertrieb / Marketing**
- 7. Unternehmensplanung**

Die in diesem Leitfaden aufgeführten Aspekte sind als Vorschlag für die Strukturierung eines Memorandums zu verstehen.

Bitte entscheiden Sie, in welchem Umfang und mit welchen Ergänzungen Sie die im Leitfaden angesprochenen Aspekte zu einem Überblick zusammenfügen möchten.

1. Executive Summary

In einer einführenden Zusammenfassung sind die Wesensmerkmale des Unternehmens darzustellen. Der Inhalt dieser Zusammenfassung soll Auskunft geben über z.B.:

Checkliste:

- ✓ Anlass für die Verkaufs-/ Beteiligungsüberlegungen
- ✓ Milestones der Unternehmenshistorie
- ✓ Unternehmensvision und strategische Ziele
- ✓ Chancen und Risiken

2. Eckdaten

Checkliste:

- ✓ Gründungsdatum, Unternehmensgegenstand, Rechtsform, Gesellschafter und Eigenkapitalstruktur, Geschäftsführung;
- ✓ Geschäftsverlauf aktuell und zwei Vorjahre (Bilanz / GuV)
- ✓ weitere Unternehmen der Gruppe

3. Unternehmensführung

Hier ist darzustellen, wer die Entscheidungs- und Leistungsträger im Unternehmen sind, die bisher sowie zukünftig maßgeblich zum Unternehmenserfolg beitragen:

Checkliste:

- ✓ Gesellschafter
- ✓ Geschäftsführer
- ✓ Vita der maßgeblichen Leistungsträger
- ✓ Aufsichtsrat / Beirat
- ✓ Zweite Führungsebene
- ✓ Organigramm

4. Produkt-/ Leistungsprogramm und Produktion

An dieser Stelle beschreiben Sie bitte das Produkt bzw. die Dienstleistung dezidiert. Die Darstellung zum Produkt soll Auskunft geben über die technischen oder sonstigen wichtigen Merkmale und Eigenschaften. Vorteile des Produktes gegenüber Produkten anderer Hersteller sind aufzuzeigen.

Checkliste:

- ✓ Alleinstellungsmerkmale
- ✓ Produktlebenszyklen
- ✓ Produktionsverfahren und -abläufe
- ✓ Fertigungstiefe, Fremdleistungen
- ✓ Maßgebliche Lieferbeziehungen

5. Markt

Eine Analyse der Marktsituation soll die Entwicklung der Branche und die erwarteten Perspektiven aufzeigen. Die Erfassung des Marktpotentials muß zudem erkennbar machen, welche Marktsegmente bisher und zukünftig angesprochen werden und welches die wichtigsten Bestimmungsfaktoren des Marktes sind.

Checkliste:

- ✓ Aktuelle und zukünftige Branchenentwicklung
- ✓ Marktstruktur
- ✓ Anbieterstruktur, wichtige Wettbewerber
- ✓ Absatz- und Preisstrategie
- ✓ Abgrenzungen zum Wettbewerb
- ✓ Nachfragestruktur, wichtige Abnehmer

6. Vertrieb / Marketing

Der Aufbau des Vertriebs betrifft nicht nur die organisatorischen Voraussetzungen, sondern vor allem die Entwicklung und Etablierung eines auf den Markt abgestimmten Vertriebskonzeptes.

Checkliste:

- ✓ Vertriebswege, national / international
- ✓ Marketingkonzept
- ✓ Marketingplan (Maßnahmen, Budget)


7. Unternehmensplanung

Die Unternehmensplanung setzt auf der Ist-Entwicklung auf und bietet eine Vorausschau für mindestens 2 Jahre. Die quantifizierte Planung umfasst folgende Bausteine:

- ✓ Planprämissen
- ✓ Absatzplanung
- ✓ Umsatzplanung
- ✓ Kostenplanung - Betriebskosten (Material, Personal, Energie..)
- ✓ - Vertriebskosten (Werbung, Provisionen..)
- ✓ - Verwaltungskosten (Personal..)
- ✓ Ergebnisplanung
- ✓ Bilanzplanung
- ✓ Liquiditätsplanung / Investitionen

Ihr Kontakt zu uns:

WGZ Initiativkapital GmbH
Sentmaringer Weg 1
48151 Münster

 0251 / 706 – 4722
Fax: 0251 / 706 – 4726
Email: info@WGZ-Initiativkapital.de
Homepage: www.WGZ-Initiativkapital.de