



# KONTORA

Süddeutsche Zeitung vom 08./09.05.2013

## Geldgeber mit Erfahrung

Club Deals können erfolgreich sein. Doch dafür muss die Kommunikation mit den Investoren stimmen

In der Unternehmensfinanzierung hat die Wortschöpfung „Club Deal“ zwei Bedeutungen: Im ersten Fall tun sich mehrere Banken zusammen, um einem Unternehmer einen Kredit zu gewähren. Sie teilen sich damit das Ausfallrisiko. Der Darlehensnehmer muss sich dafür meist langfristig binden und saftige Gebühren zahlen. Und er hat auf Dauer mehrere Banken im Haus, die mitreden wollen und oft mitentscheiden können. Abstimmungsprozesse sind oft lang und umständlich.

management beim Hamburger Family Office Kontora. „Denn viele Investoren, die einmal als Firmenkapitän das Steuer in der Hand hatten, möchten auch bei der Verwendung ihres Kapitals mitgestalten.“ Deswegen bevorzugen die Gutbetuchten, die sich hier zusammenschließen, Direktinvestitionen. „Durch das gemeinsame Auftreten lassen sich größere Deals realisieren und gleichzeitig allzu hohe Kosten vermeiden“, betont Kagel. „Es fallen lediglich Beratungsaufwendungen für die rechtliche und handwerkliche Strukturierung an, Vertriebskosten, die sonst einen großen Teil des Ertrages auffressen, entfallen.“

Wie andere der 400 deutschen Family Offices organisiert Kontora regelmäßig Club Deals – zuletzt vorwiegend für Immobilienprojekte. Die Vermögensverwalter brauchen aufgrund ihrer Erfahrung für die Beteiligungsprüfung – die „Due Diligence“ – und die Vertragsverhandlungen oft nur wenige Tage. „Meistens dauert es von den Gesprächen mit dem Unternehmen, das Geld benötigt, über die Vorstellung des Investments bis zum Geldfluss nur zwei bis drei Wochen“, meint Kagel.

Was hat ein Mittelständler von solchen Club Deals? Unternehmerfamilien, die sich auf diese Weise finanziell engagieren, bringen meistens ausgeprägtes unternehmerisches Verständnis mit, „oft auch viel Wissen über die Branche des betreffenden Mittelständlers“, sagt Bernd W. Schrüfer vom Family Office Lucatis in München. „Sie können dadurch Chancen und Risiken eines Vorhabens viel besser beurteilen als eine Bank.“ Und sie bringen neben Kapital auch eigene Erfahrungen und Kontakte ein. „Das ist ein zusätzlicher, nicht zu unterschätzender Nutzen für den Mittelständler“, unterstreicht Günther Strunk, wissenschaftlicher Leiter des Hamburger Instituts für Familienunternehmen. Club-Deal-Investoren wollten zumeist nicht den

schnellen Gewinn machen, „sondern inflationssicher investieren“.

Auch Kilian Kagel hat bei Club Deals viel Gelassenheit erlebt: „Geldgeber, die selbst einmal Firmenchefs waren, können mit Planabweichungen besser leben als Banken oder Venture-Capital-Geber“. Ein Kredit, den Ex-Unternehmer einem Mittelständler geben, ist nicht unbedingt teurer als einer von Banken. Für reine Darlehen, gut besichert, sind laut Kagel derzeit zwischen zwei bis fünf Prozent pro Jahr fällig. Das entspricht etwa den Konditionen institutioneller Geldgeber. Schrüfer sagt: „Bei Eigenkapitalbeteiligungen, die in der Regel drei bis sechs Jahre laufen, erwarten Investoren deutlich höhere Renditen, die sich an der Entwicklung des Unternehmenswertes orientieren.“ Steigt dieser, wollen die Anteilseigner dann auch mehr Geld sehen. Nach Angaben von Kontora werden für Mezzanine-Darlehen momentan zwischen sieben und 20 Prozent Zinsen jährlich verlangt.

Club Deals sind jedoch nur erfolgreich, wenn Mittelständler und Geldgeber intensiv und offen miteinander kommunizieren. „Wenn das nicht passiert, kann es schnell zu Irritationen kommen“, warnt der Hamburger Family Officer Kagel. Wichtig sei es zudem, dass sich beide Seiten über die Ziele und Motivationen des jeweils anderen im Klaren sind: „Passen diese zusammen, kommt es selten zu längerfristigen Problemen.“ Ein Club Deal kann dann eine Alternative oder Ergänzung zum Bankkredit sein.

ANZEIGE

Wer macht alle  
kaufmännischen  
Prozesse einfach



[www.datev.de/steuerberater](http://www.datev.de/steuerberater)

Doch es gibt auch Club Deals von Unternehmerfamilien und Wohlhabenden. Sie leihen ihr Geld einem Mittelständler oder beteiligen sich an seinem Betrieb. Das Prinzip ähnelt dem eines Publikumsfonds, nur dass es hier nicht Hunderte Investoren sind, sondern nur wenige – üblicherweise zwei bis sechs. Sie bekommen für ihr Engagement hohe Gestaltungs- und Mitspracherechte, „und diese werden auch ausgeübt“, sagt Kilian Kagel, Leiter Beteiligungs-

### Finanzieren im Mittelstand

Verantwortlich: Werner Schmidt  
Redaktion: Marianne Körber, Katharina Wetzel  
Gestaltung: Michaela Lehner  
Anzeigen: Jürgen Maukner