



Salg af virksomhed

– spørgsmål og svar

BEIERHOLM | CORPORATE
FINANCE



Indhold

Introduktion	2
Planlægning af salget.....	10
Forberede virksomheden til salg.....	14
Forståelse af værdi og pris	22
Søgen efter og kontakt til købere	28
Videregive information til købere.....	32
Strukturering af transaktionen	34
Forhandling af vilkårene for salget.....	38
Gennemførelse af transaktionen	40
360 graders kompetencer i øjenhøjde.....	44

Introduktion

Før eller senere vil mange virksomhedsejere stå overfor spørgsmålet om salg af deres virksomhed. De vil tage stilling til, hvorvidt de vil sælge deres virksomhed, og i så fald, hvordan de vil gribe det an.

Salgsprocessen kan være en stor udfordring både for organisationen og for ejeren. Det er derfor vigtigt at planlægge processen trin for trin. Denne publikation indeholder essentielle betragtninger om, hvordan man bedst muligt kan forberede sig på salgsprocessen, og den tilbyder svar på væsentlige spørgsmål, der opstår i de forskellige stadier af processen.

Desuden gennemgås nogle af de forhindringer, der kan opstå i forbindelse med processen, de aspekter sælgeren især skal fokusere på, og hvordan processen er afhængig af sælgerens personlige engagement.



Hvad indebærer en salgsproces?

Bør prisforventninger afstemmes?

Hvor meget tid skal ejeren og ledelsen forvente at investere i salgsprocessen?

Betyder det noget for ejeren, hvorfor virksomheden er til salg?

Er sælgeren nødt til at blive i virksomheden efter transaktionen?

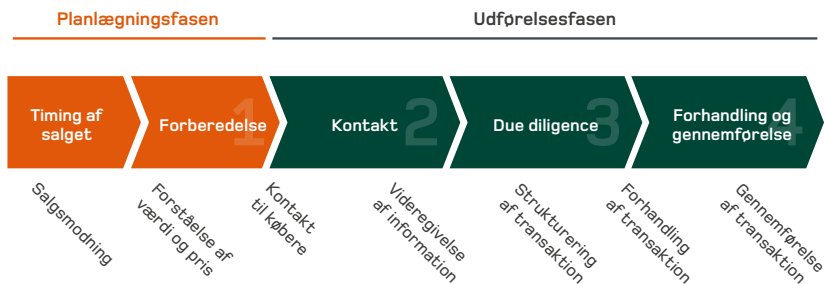
Hvordan kan fortrolighed opretholdes?

Hvem bør rådgive ved salget af virksomheden?

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de skal sælge deres virksomhed?

Hvad indebærer en salgsproces?

Hver salgsproces er unik. Der er ikke nogen standardformel for at sælge en virksomhed, men salgsprocessen kan helt grundlæggende opdeles i to faser; planlægningsfasen og udførelsesfasen.



Planlægningsfasen kan være tidskrævende og er formet til at forberede virksomheden bedst muligt til den kommende salgsproces. En grundig og detaljeret planlægning øger sandsynligheden for at modtage positiv respons fra mulige købere.

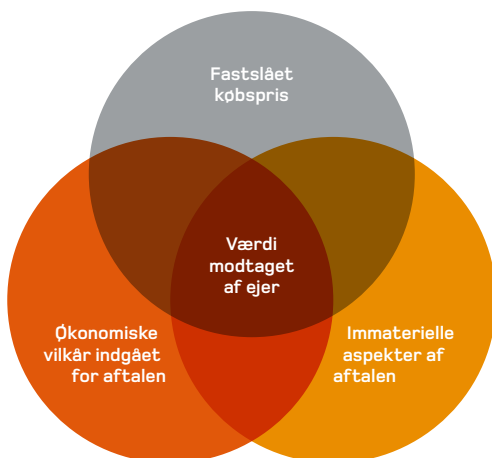
Udførelsesfasen består typisk af en kontaktfase, due diligence og en forhandlings- og gennemførelsesfase. Denne publikation gennemgår de forskellige temaer og problematikker, der indgår i hver fase af salgsprocessen.

Bør prisforventninger afstemmes?

Det er kun naturligt at have forventninger eller forhåbninger vedrørende prisen for virksomheden. Men mange virksomhedsejere tror, at deres virksomhed er mere værd, end den egentlig er. Almindelige årsager til en sådan anskuelse kunne være:

- At undlade objektivt at vurdere risici og svagheder i virksomheden
- Ikke at ville anerkende, at virksomheden er afhængig af deres personlige engagement
- Forlydender i branchen om priser tidligere betalt for lignende virksomheder
- At basere prisforventninger på handelsmultipler for store, børsnoterede virksomheder
- At basere prisforventninger på investeringer foretaget for år tilbage.

Det er vigtigt at anerkende, at den betalte pris kun er ét element af en succesfuld salgsproces. Villkårene for transaktionen, f.eks. hvordan, hvornår og under hvilke vilkår købsprisen betales såvel som de immaterielle aspekter, såsom en konkurrenceklausul eller de garantier som stilles, er også vigtige for at maksimere den endelige transaktionsværdi.



Hvor lang tid skal ejeren og ledelsen forvente at investere i salgsprocessen?

Tiden og indsatsen, der kræves for at opnå et succesfuldt salg, er ofte undervurderet. Omend eksterne rådgivere vil stå for en stor del af det tunge arbejde, så er input og inddragelse af ejeren og ledelsen vigtig for at sikre, at virksomheden er klar til salget og for at gennemgå tilbud og aftaler. Den typiske tidsmæssige indsats til ejeren i hver enkelt fase af salgsprocessen kan afbilledes som følgende:

Grad af involvering



Betyder det noget for køberen, hvorfor virksomheden er til salg?

Absolut. Bevæggrundene for at sælge en virksomhed er af stor interesse for køberen. Køberen vil typisk gerne vide, hvorfor denne skal investere i en virksomhed, som ejeren gerne vil sælge. Salg grundet familiemæssige omstændigheder er typisk en accepteret årsag. Selv om det er vigtigt at være ærlig, så bør virksomhedsejeren medregne, at svaret vil have indflydelse på forhandlingspositionen, samt muligvis prisen og vilkårene.

Et salg, der eksempelvis skyldes pension eller helbredsmæssige årsager kunne bekymre køberen, da det rejser spørgsmål omkring virksomhedsejers vilje eller evne til at hjælpe med en smidig overdragelse af virksomheden.

Et salg der skyldes økonomiske udfordringer kunne være et tegn på, at virksomheden er blevet fejlstyret.

Det er derfor meget vigtigt at uddybe begrundelsen for virksomhedssalget og kommunikere dette klart og tydeligt til køberen. Den følgende tabel beskriver de mest almindelige grunde for at sælge virksomheden:

Strategiske	<ul style="list-style-type: none">– Familiemæssige omstændigheder og alder– For lille i et konsoliderende marked– For lille til at konkurrere under behov for investering– Fokus på kernekompetencer– Outsourcing af visse funktioner– Uudnyttet internationalt potentiale
Finansielle	<ul style="list-style-type: none">– Attraktiv salgspris– Kapitalbehov– Omstrukturering– Risikospredning

Er sælgeren nødt til at blive i virksomheden efter transaktionen?

De fleste købere ønsker, at den tidligere ejer forbliver tilgængelig i en vis periode efter transaktionen for at hjælpe med at facilitere den bedst mulige overgang – dette kan strække sig fra måneder til år. Sælgers rolle kan variere fra et deltidsarbejde som konsulent til et fuldtidsarbejde. Længden og typen af tilgængelighed afhænger i høj grad af virksomheden, den tidligere virksomhedsejers funktion og alder, såvel som af køberens præferencer. Kort fortalt så er det vigtigt at etablere en stærk ledelse, der er uafhængig af ejeren i god tid før salgsprocessen påbegyndes.

Hvordan kan fortrolighed opretholdes?

Fortrolighed kan som regel sikres indtil afslutningen af transaktionen. Alligevel gælder følgende: Jo flere mennesker der er involveret i salgsprocessen, jo sværere er det at opretholde fortrolighed. Der er dog visse ting, der kan gøres for at reducere risikoen for et læk af fortrolige oplysninger, hvilket inkluderer:

- Brug kodenavn for salgsprocessen
- Få potentielle købere til at underskrive en fortrolighedserklæring
- Etabler en klart defineret kommunikationsprotokol imellem de involverede parter
- Begræns usædvanlige informationsforespørgsler rettet mod medarbejdere uden viden om den igangværende proces
- Driv virksomheden, som var den ikke lige ved at blive solgt.

Hvem bør rådgive ved salget af virksomheden?

- **Corporate finance-rådgiveren** administrerer salgsprocessen ved at hjælpe med at klargøre virksomheden til et salg, sørge for en indikativ værdiansættelse af virksomheden, finde og kontakte mulige købere, klargøre information til køberne, facilitere due diligence processen og forhandle vilkårene for transaktionen.
- **Advokaten** sørger for de juridiske aspekter under salgsprocessen. Advokaten er hovedsageligt involveret, når en eller flere hensigtserklæringer er modtaget. Hovedansvaret er at forhandle salgsaftalen med køberen samt andre relaterede aftaler såsom direktørkontrakten og en evt. konkurrenceaftale. Hertil kommer håndtering af den juridiske gennemførelse af transaktionen og relaterede dokumenter.
- **Revisoren** (virksomhedens eller en til opgaven valgt) sørger for de nødvendige regnskabsmæssige opstillinger, som er defineret i samarbejde med corporate finance-rådgiveren. Derudover kan det være værdifuldt for salgsprocessen at lade revisoren udarbejde en Factbook, hvor virksomheden er analyseret på et finansielt grundlag. Velvidende at det er udarbejdet af sælgerens rådgiver, så er det et dokument, som potentielle købere sætter pris på.
- **Skatterådgiveren** bør være involveret til at hjælpe med at forberede virksomheden til salget, struktureringen af transaktionen og håndtering af eventuelle vanskeligheder i forbindelse med gennemførelsen.

Andre rådgivere såsom miljøkonsulenter eller virksomhedskonsulenter kan være hjælpsomme i specielle situationer under salgsprocessen. Deres rolle, ansvar og incitament bør aftales med corporate finance-rådgiveren og være defineret i en mandataftale.

Corporate finance-rådgiveren er ikke en erstatning for ejerens eksisterende rådgivere i form af f.eks. advokat og revisor. Der vil specielt i forberedelsesfasen og under due diligence være områder, hvor den indsigt i virksomheden, som advokaten og revisoren besidder, kan være særdeles nyttig for at belyse udfordringer og spørgsmål undervejs.

I de fleste situationer er ledelsen og nøglemedarbejdere også involveret. Det er vigtigt at vurdere, hvem der behøver at blive involveret, og hvordan disse personer skal agere overfor personalet, der ikke er inddraget i salgsprocessen. Desuden skal disse personer have de rette incitament, da det ikke nødvendigvis er alle, der vil se salget som noget positivt.

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de skal sælge deres virksomhed?

- Utilstrækkelig personlig refleksion over salget af virksomheden
- Utilstrækkelig planlægning forud for salget
- Undervurdering af tid og ressourcer krævet af salgsprocessen
- Urealistiske prisforventninger
- Fokus udelukkende på at få den højeste pris for virksomheden og herved undervurdering af vigtigheden af vilkårene for aftalen
- Tillade interessekonflikter fra eksterne rådgivere og medarbejdere involveret i salgsprocessen.





Planlægning af salget

- Hvornår er det rigtige tidspunkt at sælge sin virksomhed?
- Hvornår er virksomhedsejeren klar til at sælge?
- Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår ved planlægningen af salget af deres virksomhed?

Hvornår er det rigtige tidspunkt at sælge sin virksomhed?

Det er bedre at se efter en gunstig tidsperiode til at sælge i fremfor et specifikt tidspunkt. Et godt tidspunkt opstår først, når følgende tre forhold er til stede:

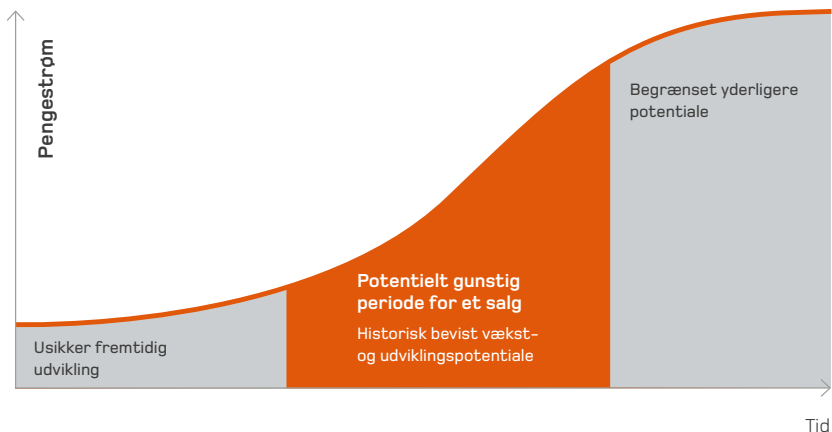
- Virksomheden er et attraktivt købsmål
- Virksomheden er klar til et salg
- Virksomhedsejeren er personligt klar til at sælge og engageret i salgsprocessen.

Det er værd at notere, at mange købere, især store og velfinansierede virksomheder, hyppigt får henvendelser fra potentielle sælgere. Ledelsen hos mulige købere må afgøre, hvilke muligheder, der bedst imødekommer deres købskriterier, samt giver det bedste potentiale. Derfor skal virksomheden fremstå som en attraktiv købsmulighed fra starten, så man fanger mulige køberes interesse.

Der er kun én chance for at gøre et godt første indtryk. En virksomhed, der er indbringende, er principielt nemmere at sælge end en potentiel turnaround case. Det er nemmere at sælge en væksthistorie end at skulle overbevise køberne om, hvorfor tingene vil ændre sig efter et dårligt år:

Beviser er mere værd end løfter.

Derudover kan et stigende antal uopfordrede tilbud være et godt tegn på, at markedet er gunstigt og det rette tidspunkt at sælge virksomheden. Dette bør også tages op til overvejelse, når den endelige afgørelse skal træffes. Nedenstående diagram illustrerer de forskellige udviklingsstadier for en virksomhed. Et godt tidspunkt at sælge virksomheden på er typisk i vækstperioden.



Hvornår er virksomhedsejeren klar til at sælge?

Salget af en virksomhed er både en personlig og økonomisk beslutning. Derfor er ejerens personlige engagement lige så vigtig som de økonomiske forhold. Det er afgørende, at ejeren er dedikeret til salget af sin virksomhed for at opnå det bedste resultat. Hver virksomhedsejer har sine forudsætninger for et salg, hvilket ikke kan generaliseres. Dog bør følgende medtages i overvejelserne omkring påbegyndelsen af en salgsproces:

- Hvordan forholder den personlige situation sig, eksempelvis familie, helbred og interesse i virksomheden?
- Hvad er fremtidsplanerne? Virksomhedsejerens overvejelser bør inkludere egen tilgængelighed efter transaktionen men også et potentielt forbud mod konkurrence.
- Hvordan ser den økonomiske situation ud? En salgsproces vil blive negativt påvirket af evt. skuffende udvikling under transaktionsfasen sammenlignet med budgettet.

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår ved planlægningen af salget af deres virksomhed?

- Undervurdering af deres egen forpligtelse
- For hurtig igangsættelse af salgsprocessen
- Forsinkelse af salget i et forsøg på at udvikle virksomheden ét år mere
- At lade en potentiel køber diktere processen når et uopfordret bud modtages.



At sælge en virksomhed er en proces med mange overvejelser. Når tiden er inde, står vi ved vores kunders side, klar til at rådgive dem igennem hele processen.



Forberede virksomheden til salg

Før eller senere vil mange virksomhedsejere stå overfor spørgsmålet om salg af deres virksomhed. De vil tage stilling til, hvorvidt de vil sælge deres virksomhed, og i så fald, hvordan de vil gribe det an.

Salgsprocessen kan være en stor udfordring både for organisationen og for ejeren. Det er derfor vigtigt at planlægge processen trin for trin. Denne publikation indeholder essentielle betragtninger om, hvordan man bedst muligt kan forberede sig på salgsprocessen, og den tilbyder svar på væsentlige spørgsmål, der opstår i de forskellige stadier af processen.

Desuden gennemgås nogle af de forhindringer, der kan opstå i forbindelse med processen, de aspekter sælgeren især skal fokusere på, og hvordan processen er afhængig af sælgerens personlige engagement.

- Hvornår bør forberedelserne til salg af virksomheden påbegyndes?
- Hvordan kan virksomheden gøres attraktiv over for købere?
- Hvad skal der gøres ud fra et driftsperspektiv?
- Hvordan optimeres regnskaberne forud for et salg?
- Hvornår bør de ansatte informeres omkring et muligt salg af virksomheden?
- Hvad skal der gøres for at undgå bekymringer blandt nøglemedarbejdere?
- Hvad skal der gøres i tilfælde af et muligt management buyout (MBO)?
- Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de forbereder deres virksomhed til et salg?

Hvornår bør forberedelserne til et salg af virksomheden påbegyndes?

Ideelt set bør forberedelserne til at sælge virksomheden påbegyndes i god tid, inden man indleder dialog med potentielle købere. Dette skyldes, at mange af de mulige initiativer tager tid at implementere.

Selvom virksomhedsejeren ikke planlægger at sælge sin virksomhed i den nærliggende fremtid, så er tilstrækkelig planlægning og forberedelse afgørende, hvis vedkommende modtager et uopfordret tilbud eller står over for pludselige ændringer såsom helbredsproblemer.

Hvordan kan virksomheden gøres attraktiv over for købere?

Unikke salgsargumenter bør udarbejdes, imens forberedelserne er undervejs. De bør for de fleste virksomheder i højere grad omhandle konkurrencefordele og de immaterielle værdier virksomheden tilbyder, fremfor de fysiske aktiver. Aktiverne på balanceopgørelsen er af sekundær betydning især for servicevirksomheder og teknologivirksomheder.

Købere er typisk interesseret i de unikke egenskaber, der er ved virksomhedens produkt og/eller serviceydelser, kundebase samt styrken i ledelsesteamet. Derfor bør sælgeren især fokusere på de følgende punkter for at øge interessen for virksomheden forud for et salg:

- Fremme kundeloyalitet og diversificering. En loyal og forskelligartet kundebase øger sandsynligheden for en høj pris ved et salg.
- Sikre, at et stærkt og engageret ledelsesteam er på plads. Ideelt set bør virksomhedsejeren bestræbe sig på at gøre sig selv overflødig, således at virksomheden er velfungerende uden denne. Desuden er det vigtigt at demonstrere, at en egnet efterfølger er blevet identificeret for hver ledelsesstilling.

Købere vil vurdere "overgangsrisikoen", der er forbundet med virksomheden, herunder risikoen for at virksomheden kort efter transaktionen vil miste store kunder, nøglemedarbejdere eller andre elementer, der har værdi.

Det er derfor vigtigt at demonstrere, at planer såsom strategier for kunde-fastholdelse faktisk eksisterer. Ideelt set skal købere kunne se, at virksomheden har en holdbar konkurrencefordel, der let kan overføres efter transaktionen. Endelig er det vigtigt at undersøge, hvorfor køberne ønsker at købe virksomheden, således at der kan klargøres køberspecifikke salgsargumenter.



Det kræver forberedelse at sælge en virksomhed, og det vil ikke være muligt at maksimere virksomhedens exitværdi uden forudgående salgsmodning.



Hvad skal der gøres ud fra et driftsperspektiv?

Virksomhedsejeren bør ideelt set bestræbe sig på at overdrage en effektiv og veldrevet virksomhed, der gør det muligt for køberen ubesværet at overtage virksomheden og potentielt integrere den i sin eksisterende virksomhed. Nogle initiativer, der kan overvejes, inkluderer:

- Udarbejdelse af gennemskuelige årsregnskaber og finansielle oplysninger, f.eks. på baggrund af afrapporteringssystemer
- Klar adskillelse af virksomheden i de dele der er til salg, og de dele der evt. ikke er til salg
- Gennemgang af produktlinjer og/eller serviceydelser. Hvis der er visse produktlinjer eller forretningsområder, der er urentable, kan det være bedst at fraskille disse
- Sikre at faciliteterne er rene og præsentable. Dette kan inkludere mindre reparationer, maling osv.
- Gode IT-systemer, gerne baseret på industrispecifikke standardløsninger
- Vurdering af varebeholdninger. Afskaffelse af ikke-omsættelige eller forældede varer. Varebeholdninger skal være ordentligt organiseret, så de fremstår velforvaltede
- Sikre at igangværende research og forbedringsinitiativer er veldokumenterede, inkl. omkostninger og fordele forbundet med planlagte forbedringer
- Oplysning om og løsninger for mulige "skeletter i skabet" f.eks. nuværende eller forestående retssager og udestående betalinger af skat
- Sikre at hjemmesiden giver et attraktivt og realistisk billede af virksomheden. Hjemmesiden er en af de første ting, som køberne vil undersøge, når de erfarer, at virksomheden er til salg. Det vil derfor påvirke købernes umiddelbare opfattelse og deres overordnede interesse. Hvis man forventer et internationalt køberfelt, bør hjemmesiden som minimum også være tilgængelig på engelsk.

Sidst men ikke mindst er det vigtigt at sikre, at de administrative forhold i virksomheden er i orden før kontakt til købere sættes igang. Dette inkluderer opdaterede virksomhedsregistre, lejekontrakter, manualer, kunde- og leverandøraftaler, medarbejderkontrakter, arkiveringer, forsikringsdækning, bankaftaler og lignende typer af dokumentation. Hvis alle administrative dokumenter er på plads og tilgængelige, vil det reducere forsinkelser og vise, at virksomheden er velorganiseret og velstruktureret.

Hvordan optimeres regnskaberne forud for et salg?

Købere er tiltrukket af vækst i omsætning og indtjening i årene op til et salg. Omsætningsvækst kan opnås ved at fremskynde salget af produkter og service til kunderne og igangsætte salgsfremmende initiativer. Dog må dette ikke ske på bekostning af fremtidig omsætning, hvilket vil påvirke salgsprocessen negativt. Regnskabsprincipper for indtægtsføring bør også overvejes.

Hvis udgifterne i årene op til salget er nøje kontrolleret, kan det have en positiv påvirkning på rentabiliteten. Det er dog vigtigt at være opmærksom på, at de fleste købere vil være på udkig efter kunstige reduktioner i driftsudgifter, som normalt er nødvendige for at understøtte virksomhedens langsigtede levedygtighed og vækst.

Eksempelvis sker det, at virksomhedsejere i årene op til salget reducerer i omkostninger, der ikke giver øjeblikkeligt afkast, såsom markedsføring, produktudvikling og vedligeholdelse af udstyr. Når købere opdager, at udgifter er blevet kunstigt reduceret, så reducerer de typisk købsprisen i overensstemmelse hermed. Dette vil svække sælgers egen forhandlingsposition især i de tilfælde, hvor en høj korrelation med den langsigtede operationelle ydeevne kan påvises, og i værste fald skræmmer det købere væk.

På den anden side så vil ejerne af private selskaber undertiden afholde nogle omkostninger, der ikke er nødvendige for driften af deres virksomhed, og som kan reduceres eller helt fjernes med lille eller ingen indvirkning på de langsigtede driftsresultater. Dette kan omfatte personbiler, rejser, høje bestyrelseshonorarer eller lignende, der bliver afholdt gennem virksomheden.

Endelig kan ejerne overveje at aktivere visse omkostninger frem for at udgiftsføre dem. Som regel har privatejede virksomheder et mål om skatteminimering. Dette forklarer, hvorfor køb af kapitalaktiver med relativt lave værdier ofte udgiftsføres. Ved at aktivere og afskrive nogle af disse poster, hvor det er berettiget, kan det være muligt at øge den endelige købspris for virksomheden. Dette gør sig især gældende, hvor køber er afhængig af en "EBITDA-multipel" som den primære metode for værdiansættelse.



Køberne er også tiltrukket af en enkel balance, hvilket indledes med at fjerne alle overflødige aktiver. Overflødige aktiver er dem, der ikke er påkrævet i den igangværende drift af virksomheden såsom omsættelige værdipapirer og uudnyttede jordbesiddelser. Potentielle købere er som regel enten ikke interesseret i at købe ikke-operationelle aktiviteter og aktiver eller betale en rimelig pris for dem.

Der bør udvises særlig opmærksomhed på styring af arbejdskapital. Desto lavere virksomhedens arbejdskapitalbehov er, desto flere penge vil blive genereret, som giver køberen et afkast på sin investering, hvilket kan føre til en højere købspris.

Endvidere vil ejeren højst sandsynligt blive nødt til at forhandle niveauet af den forventede arbejdskapital på dagen, hvor transaktionen afsluttes. Købsprisen vil derefter blive justeret opad eller nedad for arbejdskapital, der enten overstiger eller falder under det forventede niveau. For at forbedre sælgerens evne til at forhandle om et lavere niveau af arbejdskapital skal denne vise, at virksomheden har været velfungerende med et beskedent niveau af arbejdskapital i årene forud for salget. Ejeren kan med fordel aktivt kontrollere arbejdskapitalen flere år forud for et salg, da det tager tid at realisere resultaterne.

Slutteligt skal ejeren være opmærksom på, om der er tilstrækkelige hensættelser til dækning af forpligtelser som f.eks. feriepenge, pensionsforpligtelser samt produktgarantier. Købere vil nøje undersøge forpligtelser, der vil blive overtaget på transaktionsdatoen. Eventuelle tidligere uidentificerede forpligtelser kan have en negativ indvirkning på salgsprisen.

Hvornår bør de ansatte informeres omkring et muligt salg af virksomheden?

I de fleste tilfælde er det nødvendigt at fortælle en udvalgt gruppe af nøgled medarbejdere om muligheden for et salg, inden man kontakter potentielle købere. Dette skyldes, at de bliver nødt til at være involveret i indsamlingen af information til potentielle købere.

Når først køberne har udvist interesse, er det som regel nødvendigt at fortælle om processen til andre udvalgte nøglepersoner i virksomheden, f.eks. personer i ledelsen. Som det tidligere er nævnt, så er et stærkt ledelsesteam afgørende for salgsprocessen og for at opnå det bedste resultat. I særdeleshed er det til stor gavn, når nøgled medarbejdere deltager i ledelsespræsentationen med køberne for på den måde at underbygge, at virksomheden har et stærkt ledelsesteam. Hvis nøgled medarbejdere ikke er vidende om det igangværende salg af virksomheden, før køberen påbegynder sin due diligence undersøgelse, risikerer virksomhedsejeren at sætte sin forhandlingsposition på spil, hvis medarbejderne reagerer med bekymring eller forlader virksomheden forud for transaktionen.

Hvad skal der gøres for at undgå bekymringer blandt nøgled medarbejdere?

Det er ikke usædvanligt at medarbejderne bliver nervøse, når de finder ud af at virksomheden er til salg, da de kan blive bekymret omkring mulige forandringer under en ny ejer. Det er derfor vigtigt at holde nøgled medarbejdere informeret omkring, hvad der sker og dermed adressere de mulige bekymringer, de måtte have.

Nogle virksomhedsejere implementerer en plan for medarbejderaktier for at sikre, at medarbejdernes interesser stemmer overens med ejernes. Selvom medarbejderaktier kan være en magtfuld mekanisme, bør de benyttes med omhu. Når medarbejderaktier først er tildelt, er det vanskeligt at tilbagekalde det tildelte.

En ekstraordinær bonus for et vellykket salg er oftest en lettere måde at sikre overensstemmelse mellem medarbejdernes og virksomhedsejernes interesser. Dette virker som en belønning til nøgled medarbejdere for det ekstra arbejde, der har været under salgsprocessen.

Hvad skal der gøres i tilfælde af et muligt management buyout (MBO)?

En vanskelig situation kan opstå, hvis ledelsen selv viser interesse for at købe virksomheden. Dette kan have følgende ulemper for sælgeren:

- Risiko for at ledelsen underminerer salgsindsatsen og processen for at favorisere egne overtagelsesplaner
- Den opnhælige købspris samt de økonomiske forhold i en MBO er som regel mindre attraktive set fra sælgers perspektiv i forhold til en transaktion med en tredjepart.

Hvis der er tegn på en MBO, bør dette allerede diskuteres under forberedelsesfasen af salget. Corporate finance-rådgiveren kan analysere hvorvidt, og under hvilke omstændigheder, en MBO kan være en mulighed, og hvorvidt det er realistisk at finansiere købet. Dette vil hjælpe med at undgå urealistiske forhåbninger på begge sider.

På trods af dets vanskeligheder så er en MBO en mulighed. Hvis der ikke er eksterne købere, eller salgsprocessen slår fejl, kan det endda være den bedste mulighed, der er tilbage.

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de forbereder deres virksomhed til et salg?

- Undervurdering af indsatsen der er påkrævet for at forberede salget
- Overinvestering i kapitalaktiver i årene forud for et salg i stedet for at betale af på gæld
- Undervurdering af vigtigheden af en enkel balanceopgørelse
- Manglende opdeling mellem drifts- og ikke-driftsaktiver i regnskaberne
- Bogføring af private udgifter i virksomhedsregnskaber
- Dårlig kommunikation overfor og manglende incitament for nøglemedarbejdere
- Mangel på skatte- og arveplanlægning
- Manglende anerkendelse af potentielle MBO-ambitioner.



Forståelse af værdi og pris

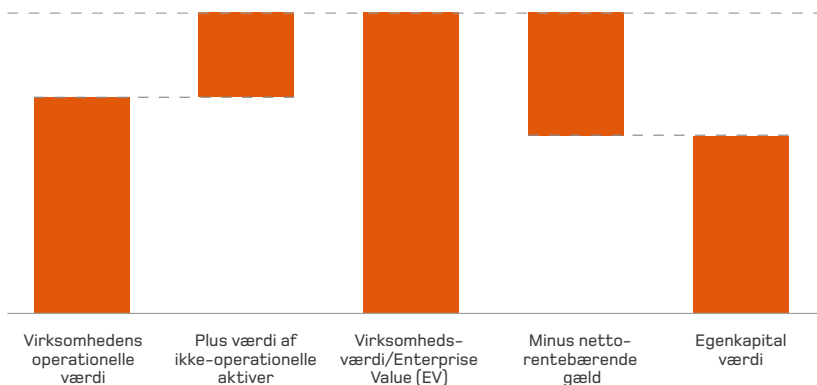
- Hvordan vurderer en køber værdien af virksomheden?
- Hvordan virker multipelmetoden?
- Hvordan virker tilbagediskonteringen af pengestrømmen (DCF)?
- Hvad er sammenhængen mellem værdien af og prisen for en virksomhed?
- Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de vurderer værdien af deres virksomhed?

Hvordan vurderer en køber værdien af virksomheden?

Købere anvender normalt en eller flere værdiansættelsesmetoder, såsom multipl af EBITDA (resultat før renter, skat, afskrivninger og amortisering), multipl af EBIT (resultat før renter og skat) og tilbagediskontering af pengestrømmen. Uanset hvilken metode køberen benytter sig af, så vil de typisk fokusere på to fundamentale variabler, der afgør værdien af virksomheden:

- Pengestrømmen som virksomheden forventes at generere i fremtiden
- Vækstpotentialet og risikoen for virksomheden i den pågældende sektor.

Der er en vigtig distinktion mellem værdien af virksomheden (refereret til som "virksomhedsværdien"; på engelsk: Enterprise Value (EV)) og værdien af egenkapitalen i virksomheden. Værdien af egenkapitalen er resultatet af virksomhedsværdien efter fradrag af de finansielle forpligtelser (netto-rentebærende gæld). Værdien af virksomheden er uafhængig af den valgte finansieringsstruktur.

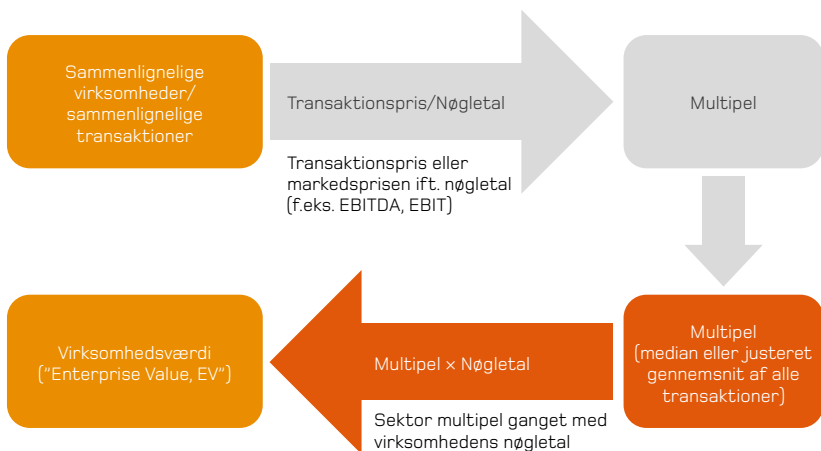


Hvordan virker multipelmetoden?

Multipelmetoden er normalt anvendt i forhold til resultatmålinger såsom EBITDA eller EBIT. I visse situationer, f.eks. høj-vækst software virksomheder, kan omsætningsmultiplere være relevant. De historiske tal skal normaliseres, før de bliver ganget med multiplere fra sammenlignelige gennemførte transaktioner og for børsnoterede selskaber. Den resulterende værdi er virksomhedsværdien.

Normaliseringen afspejler justeringen af de historiske tal til pengestrømme, som køberen mener, at virksomheden vil generere hvert år i fremtiden. Eksempler på sådanne tilpasninger er korrektioner af ekstraordinære eller engangsindtægter eller -udgifter. Normaliseringen bør udarbejdes af sælgeren og dennes rådgivere, da køberen ikke genkender bestemte korrektioner.

Der er adskillige faktorer, der kan have indflydelse på værdiansættelsen i en given situation. Værdiansættelsesmultiplerne reflekterer køberens forventninger i forhold til fremtidige pengestrømme for virksomheden set i lyset af risikoprofilen og vækstudsigterne. Værdiansættelsesmultiplerne kan variere meget, selv blandt virksomheder inden for den samme sektor. En generel regel er, at større og mere veletablerede virksomheder har en tendens til at få en højere multiplere end mindre virksomheder.





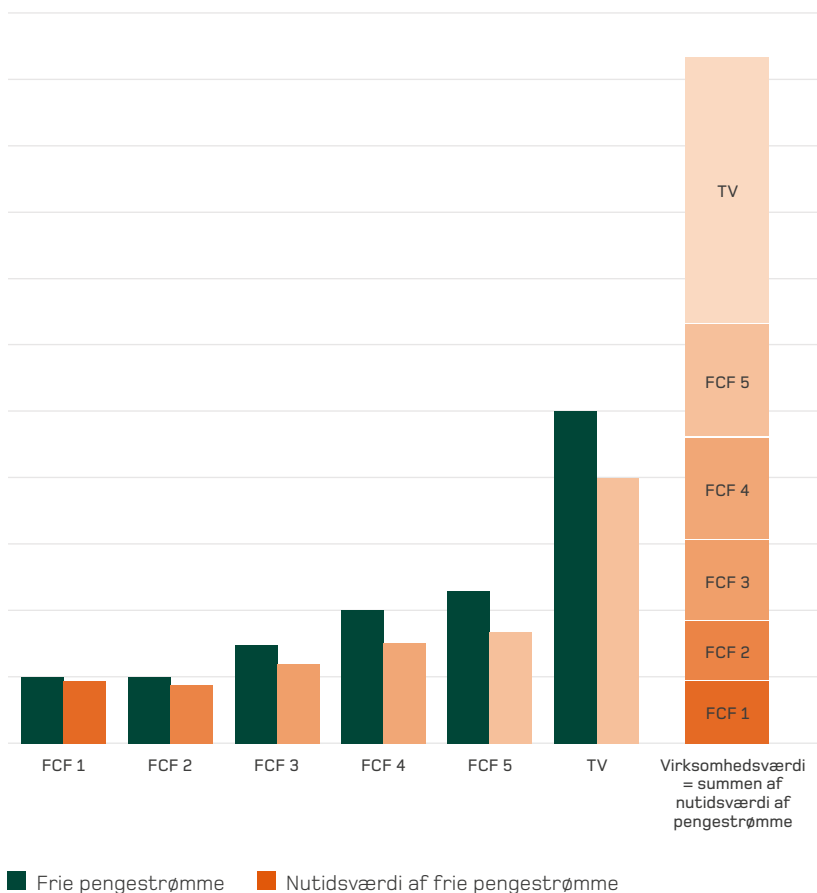
“

En konkurrencesituation kan være afgørende for at opnå den højest mulige pris. Dette er en af corporate finance-rådgiverens vigtigste opgaver.

Hvordan virker tilbagediskonteringen af pengestrømmen (DCF)?

DCF ("Discounted Cash Flow")-metoden indebærer, at køberen tilbagediskonterer virksomhedens forventede pengestrømme med en virksomhedsspecifik risikojusteret tilbagediskonteringsrate for at udregne den nutidige værdi af de forventede fremtidige pengestrømme. I de fleste tilfælde er pengestrømmen projekteret for en femårig periode.

Værdien af virksomheden efter prognoseperioden anslås af terminalværdien. Terminalværdien har som regel den største andel af værdien af virksomheden, hvilket er årsagen til, at antagelserne for dens beregning skal laves meget omhyggeligt.



Hvad er sammenhængen mellem værdien af og prisen for en virksomhed?

Køberen vil som udgangspunkt basere den pris, vedkommende er villig til at betale ud fra en antagelse om, at virksomheden drives som hidtil. Desuden vil køberen sandsynligvis lave en værdiansættelse, der tager hensyn til virksomhedens værdi under sin egen ledelse og med eventuelle synergier. Køberen vil dog typisk kun være villig til at betale denne højere pris, hvis der er en konkurrencepræget situation, hvilket har en tendens til at få buddene til at stige.

Derfor kan skabelsen af en konkurrencepræget situation være afgørende for at optimere de budte priser. Dette er en af corporate finance-rådgiverens vigtigste opgaver, således at potentielle købere bliver mere tilbøjelige til at reflektere synergier og vækstmuligheder i deres bud. Oftest opnås den stærkeste konkurrence ved at involvere et internationalt felt af såvel strategiske som finansielle købere.

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de vurderer værdien af deres virksomhed?

- Overvurdering af værdiansættelsesmultiplen anvendt for virksomheden
- Udarbejdelse af urealistiske vækstprognoser
- Ukorrekt udregning af værdien af egenkapitalen
- Fokus på genanskaffelsesomkostningerne ved fysiske aktiver i stedet for at fokusere på de pengestrømme, der genereres af disse aktiver
- Udeladelse af normalisering af resultatet eller unøjagtig procedure
- Utilstrækkelig viden om sammenhængen mellem værdi og pris.



Søgen efter og kontakt til købere

- Hvor og hvordan kan købere identificeres?
- Hvad skal gøres, inden man kontakter købere?
- Hvordan bør købere kontaktes?
- Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår i forbindelse med søgen efter og kontakt til købere?

Hvor og hvordan kan købere identificeres?

Der er mange måder, hvorpå man kan finde mulige købere, og ejeren kan ofte selv have en opfattelse af mulige købere baseret på de nærmeste konkurrenter i markedet. Internettet og søgningsdatabaser eller industri- og konkurrent-analyser er blot eksempler på almene søgemetoder.

Corporate finance-rådgiveren har ressourcerne og redskaberne til at identificere og opsøge potentielle købere. En stærk global organisation hos corporate finance-rådgiveren er altafgørende i denne henseende, idet lokal tilstedeværelse i en potentiel købers marked øger muligheden for at identificere købere, som ejeren ikke har overvejet.

Hvad skal gøres, inden man kontakter købere?

Det er nødvendigt at foretage en vurdering, der er baseret på den tilgængelige information fra søgningen samt corporate finance-rådgiverens kendskab til selskabet for at kunne afgøre, hvorvidt en virksomhed er kvalificeret som en potentiel køber. Det er vigtigt at overveje, om ejerens egen strategi passer med den potentielle købers strategi, og hvorvidt køberen har økonomiske midler til at gennemføre en mulig transaktion.

Desuden skal ejeren sammen med corporate finance-rådgiveren vurdere, om der er specifikke konkurrencehensyn, som gør at bestemte købere behandles anderledes eller i første omgang ikke kontaktes.

Howdan bør købere kontaktes?

Proceduren for kontakt af købere skal drøftes og afgøres i de tidlige stadier af processen. En diskret konkurrenceproces er normalt foretrukket for at forhindre en tidlig offentliggørelse af virksomhedens identitet og dermed skabe en konkurrencedygtig budsituation. Kontakt til købere samt vurdering af interesse er oftest udført af corporate finance-rådgiveren på et anonymt grundlag.

Dette sker for at sikre, at der ikke er nogen utidig kontakt mellem den potentielle køber og sælgeren eller den sælgende virksomhed, der kunne have en negativ påvirkning på budprocessen eller virksomhedens drift.

	Bud-proces	Konkurrence-proces	En-til-en-proces
Beskrivelse	Bred kontakt til mulige købere inden for sælgers sektor, samt relaterede sektorer og finansielle investorer	Kontakt med nøje udvalgte købere	Eksklusiv forhandling med en tilbudsgiver
Konkurrence-niveau	Meget høj	Høj	Lav
Fortrolighed	Lav	Moderat	Høj
Proces-fleksibilitet	Lav	Høj	Meget høj
Bemærkninger	Høj synlighed i markedet	Moderat synlighed i markedet, omend en konkurrence-situation skabes	Høj transaktions-risiko og sårbar sælger pga. mangel på konkurrence

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår i forbindelse med søgen efter og kontakt til købere?

- Utilstrækkelig analyse af potentielle købere
- Fokus på nærmeste konkurrenter som købere, uden at overveje internationale købere med stærke strategiske vinkler
- Opsøgning af konkurrenter for tidligt og uden anonymitet
- Ubegrundet bekymring om fortrolighed
- En teaser (anonymt mini-prospekt) der er for vag til at generere oprigtig køberinteresse.



Vi optimerer mulighederne for vores kunder ved at eksekvere via vores lokale tilstedeværelse i mere end 45 lande globalt. På den måde finder vi den helt rigtige køber og sikrer de bedste betingelser.



Videregive information til købere

- Hvilken information bør videregives til købere?
- Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de videregiver information til købere?

Hvilken information bør videregives til købere?

Alt afhængigt af hvilket stadie man er på i M&A-processen, så skal der videregives visse oplysninger til interesserede købere for at give dem mulighed for at foretage en vurdering af virksomheden. Generel information omhandlende virksomheden og den finansielle situation gives til potentielle købere i en teaser på anonym basis. Efter underskrivning af en fortrolighedserklæring vil interesserede købere modtage et informationsmemorandum, der giver en mere detaljeret forståelse af virksomheden, markedet, produkterne, medarbejderne og kundestrukturen såvel som et overblik over de finansielle tal. Dette informationsmemorandum bør indeholde tilstrækkelig information til at potentielle købere får en god forståelse af de muligheder, som ligger i virksomheden, samt muliggøre at købere kan danne sig et indtryk af værdi.

Yderligere detaljeret information inkl. kunder, medarbejderkontrakter eller andre vigtige kontrakter vil blive afdækket i et elektronisk datarum under due diligence. En eller flere købere bliver først inviteret til at foretage detaljeret due diligence efter at have afgivet et tilpas attraktivt og seriøst indikativt bud, som sælgeren i samråd med corporate finance-rådgiveren vurderer retfærdiggør at åbne op for yderligere følsom information.

Det er vigtigt, at sælgeren ved hjælp af corporate finance-rådgiveren altid er i kontrol over strømmen af information under due diligence processen, så denne kan stoppes, hvis den potentielle køber mister interessen. Foruden at kontrollere strømmen af information, så er det også essentielt at al relevant information – både positiv og negativ – afdækkes i datarummet under due diligence. Forsømmelse af dette kan reducere den opnåelige pris eller føre til en dyr retssag efter transaktionen.

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de videregiver information til købere?

- Ikke at kontrollere strømmen af information
- Utidig afsløring af relevant information
- Ikke at inkludere ledelsen i forsyningen af information
- Videregivelse af modsigende eller ufærdig information.



Strukturering af transaktionen

- Hvad menes der med transaktionsstrukturering?
- Bør ejeren sælge aktiver eller aktier?
- Hvilke vilkår bør forventes i forbindelse med betalingen?
- Hvad er en earn-out?
- Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår i forbindelse med strukturering af transaktionen?

Hvad menes der med transaktionsstrukturering?

Den juridiske transaktionsstruktur vil blive afgjort løbende i processen, dvs. hvorvidt virksomheden vil blive solgt som en enhed (salg af aktier) eller i form af separate aktiver. Desuden skal betalingsmåden og visse immaterielle aspekter af værdi, der er vigtige for sælgeren, såsom den tid han skal forblive aktivt involveret i virksomheden efter salget, også præciseres. Måden hvorpå en transaktion er struktureret afgør, hvornår provenuet fra salget modtages, og der kan være skattekonsekvenser for sælgeren. De tre basale elementer for transaktionsstrukturen er således:

- Hvorvidt der sælges aktiver eller aktier i virksomheden
- Betingelserne for betalingen
- Andre kontraktmæssige betingelser.

Foruden at opnå en rimelig pris, er en god transaktionsstruktur et centralt element i et vellykket salg af en virksomhed.

Bør ejeren sælge aktiver eller aktier?

Et salg af aktiver og et salg af aktier adskiller sig primært i form af den juridiske kontrakt, beskatningen af beløbet der realiseres, samt de risici og muligheder der er forbundet med transaktionen. Sælgeren foretrækker som regel en aktiehandel, hvorimod køberen i visse tilfælde foretrækker en handel med aktiverne. Hvis man har oprettet et holdingselskab, er det muligt at sælge aktier i datterselskaber uden beskatning – hvorefter der evt. sker en udlodning til ejeren af holdingselskabet.

Denne løsning er en af de foretrukne blandt sælgere. Et salg af aktiver kan føre til beskatning af gemte reserver (avancer) set fra sælgerens perspektiv. Ved en aktiehandel overgår alle risici og muligheder til køberen ("universel overtagelse"). Hvilken type transaktion der bedst egner sig, afhænger af de specifikke karakteristika af virksomheden og de involverede parter præferencer. Sælger bør søge juridisk og skattemæssig rådgivning, når denne beslutning skal træffes.



Hvilke vilkår bør forventes i forbindelse med betalingen?

Vilkårene for betalingen dikterer hvornår, hvordan og selv hvorvidt købsprisen vil blive betalt. De fleste virksomhedsejere vil gerne blive 100% betalt ved gennemførelsen af transaktionen. Dette er dog langt fra altid opnåeligt, når en privatejet virksomhed sælges. En opdeling af betalingen, således at den inddeles i faser kombineret med bestemte vilkår, en earn-out eller andre relaterede betalingsmåder, er hyppige.

Uanset hvilken betalingsmåde der er aftalt, så skal sælgeren være opmærksom på, at der altid er risiko forbundet med en aftale, som indebærer betaling efter gennemførelse af transaktionen.

Hvad er en earn-out?

En earn-out er en aftale, hvor en andel af betalingen af købsprisen er afhængig af den fremtidige drift af virksomheden eller specifikke aftalte parametre. Earn-out er ofte benyttet som et kompromis mellem prisforventningerne mellem køberen og sælgeren. Dette gælder især i de tilfælde, hvor der indgår en høj grad af usikkerhed omkring de fremtidige driftsresultater, eller hvor sælgeren har eller er blevet nødt til at have en stor indflydelse på driften af den solgte virksomhed under overdragelsesfasen.

Hvis sælgeren accepterer en earn-out, så skal denne nøje overveje, hvorvidt den potentielle fordel af en earn-out tilstrækkeligt kompenserer for de risici og usikkerheder, der er involveret. Når man forhandler en earn-out, bør følgende overvejes:

- Tidsperioden for en earn-out. Earn-outs strækker sig typisk fra et til fem år. Jo længere en earn-out periode, jo større risiko for at betalingen ikke vil blive fuldt realiseret.
- Grundlaget for at måle earn-out betalingen. Sælgere foretrækker generelt en earn-out, der udregnes på basis af omsætning, hvorimod købere typisk foretrækker at basere en earn-out på overskuddet, såsom EBIT eller EBITDA, hvilket er det oftest anvendte.
- Graden af indflydelse som virksomhedsejeren kommer til at have over virksomhedens opnåelse af målene under en earn-out. I denne henseende er en earn-out lettere at acceptere, når de målte parametre afhænger af sælgerens aktive engagement i stedet for handlinger fra køberen (f.eks. regnskabsmæssige justeringer).
- Hvorvidt indtjeningen er kumulativ eller ej. Hvis sælgeren ikke indfrier de fastlagte målsætninger inden for et år, vil vedkommende så være i stand til at kompensere for dette ved at overgå målsætningerne i de efterfølgende år?
- Hvorvidt der er et minimum og/eller maksimum earn-out niveau. I denne henseende er de fleste earn-outs struktureret således, at hvis omsætningen eller overskuddet er under en bestemt minimumstærskel, så falder earn-out betalingen til nul.
- Skattekonsekvenserne af en earn-out. Afhængigt af betalingsmetoden så kan der være forskellige skattekonsekvenser.

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår i forbindelse med strukturering af transaktionen?

- Fokuserer for meget på prisen og manglende anerkendelse af, at betingelserne for transaktionen kan være lige så vigtige
- Ikke at anerkende risikoen ved at modtage betaling over tid
- Forsømme at overveje skattekonsekvenserne af forskellige transaktionsstrukturer.



Forhandling af vilkårene for salget

- Hvem bør være involveret i forhandlingerne?
- Hvornår bør en køber tildeles eksklusivitet?
- Hvad kan der gøres for at forberede forhandlingerne?
- Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår ved forhandling af hensigtserklæringen?

Hvem bør være involveret i forhandlingerne?

Køberen og sælgeren tager sammen med deres respektive rådgivere del i forhandlingerne. Det er en god ide at udpege en corporate finance-rådgiver til at føre forhandlingerne, da denne har den rette erfaring og derfor bedst kan repræsentere sælgers interesser. Den endelige beslutning vedrørende indgåelse af den forhandlede aftale og betingelserne bliver altid afgjort af sælgeren selv.

Hvornår bør en køber tildeles eksklusivitet?

Eksklusivitet udelukker forhandlinger med andre interesserede købere. Dette giver den pågældende køber mulighed for at vurdere transaktionen, forhandle yderligere og forberede integrationen over en vis tidsperiode. Det kræver tid at afgøre, hvornår eksklusivitet skal tildeles, da det har indflydelse på sælgerens forhandlingsposition.

Det kan give mening at tildele eksklusivitet tidligt i processen i de tilfælde, hvor der er blevet afgivet et exceptionelt højt og troværdigt bud, eller når en hurtig gennemførelse af transaktionen er foretrukket. Men sælgeren skal være opmærksom på, at det kan være vanskeligt at genoptage forhandlinger med andre interesserede købere, når disse ved, at en eksklusivitetsperiode er udløbet og ofte forbundet med betydelige prisreduktioner. Enhver overvejelse om eksklusivitet bør nøje drøftes med corporate finance-rådgiveren.

Hvad kan der gøres for at forberede forhandlingerne?

Inden man indleder forhandlingerne, så skal sælgeren tydeligt definere sine behov, interesser og aftaleparametre, så der forhandles inden for en fastlagt ramme. Forberedelsen inkluderer også at lære så meget som muligt om hver potentiel køber. Hvis corporate finance-rådgiveren og sælger har kendskab til, hvordan virksomheden passer ind i køberens langsigtede strategi, de synergier der forventes, udfordringerne man står overfor, finansielle evner mv., så kan det styrke sælgers forhandlingsposition markant.

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår ved forhandling af hensigtserklæringen?

- Ingen klar definition af forhandlingsrammen
- Tab af troværdighed på grund af alt for optimistiske opfattelser
- At tilbyde en potentiel køber eksklusivitet på et for tidligt stadie i processen
- Accept af en for lang eksklusivitetsperiode, hvilket får køberen til at udvide sin due diligence undersøgelse, og dermed udsætte sælgeren for højere risiko forud for gennemførelse af transaktionen.



Gennemførelse af transaktionen

- Hvad kræver det for at gennemføre transaktionen?
- Hvad indgår i købs-/salgsaftalen?
- Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de gennemfører transaktionen?

Hvad kræver det for at gennemføre transaktionen?

Gennemførelse af transaktionen involverer forhandling af købs-/salgsaftalen og relaterede aftaler, såsom ledelseskontrakten og konkurrenceaftalen. Det er vigtigt, at en erfaren advokat er en del af denne proces. Formuleringen af den endelige kontrakt er sædvanligvis udført i en iterativ proces mellem advokaterne tilhørende de to parter og med corporate finance-rådgiveren involveret i alle væsentlige aspekter.

Selv om købs-/salgsaftalen er underskrevet, er transaktionen endnu ikke afsluttet. Først når ejerskabet og købsprisen er overført, anses transaktionen som værende gennemført. Underskrivelsen og gennemførelsen kan ske samtidigt eller forskudt, afhængig af om der er eventuelle betingelser for overdragelsen af ejerskabet. Sådanne hindringer kan være krav om konkurrencegodkendelse eller vilkår fra køberen (offentliggørelse af yderligere oplysninger, møder med nøglekunder eller lignende). Sælgeren er generelt interesseret i at gennemføre transaktionen hurtigt efter tiltrædelse af købsaftalen. Vilkår der kan forsinke gennemførelsen øger risikoen for, at den forhandlede kontrakt ikke kan implementeres.



Processen med at sælge en virksomhed og finde den rigtige køber kan være ekstremt tidskrævende og udfordrende, især når man også skal koncentrere sig om den daglige drift af virksomheden. Der er derfor flere gode grunde til at anvende en professionel corporate finance-rådgiver.

Hvad indgår i købs-/salgsaftalen?

Købs-/salgsaftalen er en juridisk bindende aftale om købet af virksomheden. I modsætning til hensigtserklæringen så er denne aftale mere omfattende og dækker samtlige aspekter af transaktionen. De vigtigste elementer i købs-/salgsaftalen omfatter:

- Prisen og betingelserne for betalingen
- Garantier og indeståelser
- Ansvars- og erstatningsbestemmelser f.eks. konkurrenceforbud
- Detaljer om gennemførelse af transaktionen og betingelser herfor
- Bilag til aftalen.

Bilagene inkluderer ofte et datalagringsdrev, der indeholder det elektroniske datarum, som begge parter lagde til grund for forhandlingerne.

Hvilke er de hyppigste fejl virksomhedsejere begår, når de gennemfører transaktionen?

- Undervurdering af tiden og indsatsen der kræves
- Forsømme at drive virksomheden optimalt under due diligence processen og de intensive forhandlinger
- Utilstrækkeligt fokus på indeståelser og garantier der gives til køberen
- Opfattelsen af at man skal vinde alle punkter i forhandlingen om købs-/salgsaftalen
- Undervurdering af vigtigheden af detaljerne i kontrakten.



360 graders kompetencer i øjenhøjde

Hos Beierholm Corporate Finance rådgiver vi vores kunder inden for en bred vifte af M&A-services. Som den foretrukne corporate finance-rådgiver, sætter vi en stor ære i at forstå vores kunders behov og sikre den bedst mulige løsning, lokalt såvel som globalt.

Vi har særligt fokus på mindre og mellemstore virksomheder. Fra gazelle-virksomheden, over etablerede virksomheder, der vil erobre nye markeder eller konsolidere deres position – til virksomhedsejeren, der overvejer salg eller står over for et generationsskifte.

Beierholm Corporate Finance er en del af Oaklins, et globalt team af 850+ finansielle rådgivere i 45 lande, der leverer M&A, vækstkapital, ECM, gælds-rådgivning og corporate finance-services. Vores erfaring fra 6.500 gennemførte transaktioner globalt, heraf mere end 300 transaktioner i Danmark, giver unik adgang til mulige købere, sælgere og finansieringskilder.

Igennem vores internationale samarbejde kombinerer vi vores erfaring inden for corporate finance-rådgivning på købs- og salgssiden med vores globale rådgiveres lokale indsigt og industriekspertise, til stor gavn for de danske virksomheder og deres ejere.

Med kompetencerne i Beierholm Corporate Finance og Oaklins' mere end 40 års specialiserede erfaring gør vi det muligt at møde vores kunder, der hvor de er, bringe verden tættere på de danske SMV'er og sikre de bedste og mest attraktive løsninger. Uanset type og størrelse af opgave tager vores rådgivning altid udgangspunkt i vores kunders behov gennem et tillidsfuldt, engageret og personligt samarbejde. Det er nemlig her, værdien af den gode rådgivning opstår.



”

Som den foretrukne corporate finance-rådgiver sætter vi en stor ære i at forstå vores kunders behov og sikre den bedst mulige løsning, lokalt såvel som globalt.

Beierholm Corporate Finance

Har du spørgsmål til Salg af virksomhed,
er du altid velkommen til at kontakte en
rådgiver fra Beierholm Corporate Finance.

Telefon: +45 33 43 60 00
corporatefinance@beierholm.dk
beierholm.dk/bcf

BEIERHOLM | **CORPORATE
FINANCE**