



media snapshot

Q1, 2003

ZUSAMMENFASSUNG

Der Bereich Corporate Finance¹⁾ von KPMG erwartet eine zunehmende Konsolidierung des deutschen Marktes für Fachinformationen, die durch die konjunkturelle Situation und Themen wie Basel II noch beschleunigt wird. Im Vordergrund steht hierbei der stark vom Werbemarkt abhängige B2B-Bereich. Diese Erwartungen werden durch eine von uns aktuell durchgeführte Studie grundsätzlich bestätigt.

Damit steht der deutsche Fachverlagsmarkt vor erheblichen Veränderungen. Internationale, meist börsennotierte und kapitalstarke Verlagsgruppen suchen verstärkt Wachstumsmöglichkeiten in Deutschland. Eine wesentliche Rolle werden auch Finanzinvestoren spielen, für die der Fachinformationsbereich zu den attraktivsten Segmenten der Medienindustrie zählt.

KPMG Corporate Finance

Ihre Ansprechpartner:

Warren Scott
Partner
Telefon: +49 (0)69 95 87 28 32
E-Mail: wscott@kpmg.com

Dr. Christian Aders
Partner
Telefon: +49 (0)89 92 82 11 67
E-Mail: caders@kpmg.com

Peter Beusch
Director
Telefon: +49 (0)89 92 82 12 24
E-Mail: pbeusch@kpmg.com

FACHVERLAGE IN DEUTSCHLAND

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND DEREN AUSWIRKUNG AUF DEN DEUTSCHEN MARKT

INTERNATIONALE AUSGANGSLAGE

Mit einem von Corporate Finance geschätzten Marktvolumen von über 52 Mrd. € und mit EBITDA²⁾-Margen von z. T. über 25% gehört der Markt für Fachpublikationen zu den attraktivsten und beständigsten Bereichen der Verlagsbranche. Aufgrund einer meist relativ geringen Abhängigkeit von Werbeeinnahmen (Ausnahme: B2B-Fachzeitschriften) entwickeln sich Fachverlage trotz der anhaltenden Konjunkturschwäche i. d. R. deutlich besser als andere Medienunternehmen (vgl. Abb. 1).

“STM and Legal will prove the most resilient (against economic downturns)”
“The information itself is ‘must-have’ and non-discretionary ...”

Quelle: Deutsche Bank: 01/02/2002

Betrachtet man die nach Umsatz führenden Fachverlagsgruppen der Welt, so lassen sich über die letzten Jahre zwei wesentliche Entwicklungen erkennen: Spezialisierung und Globalisierung sowie die Entwicklung neuer Vertriebswege.

INTERNATIONALE ENTWICKLUNGEN

Spezialisierung und Globalisierung

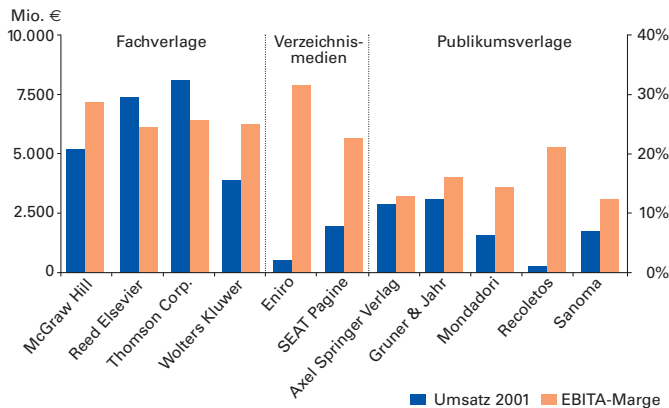
Internationale Fachinformationsanbieter, traditionell eher auf ihre Heimatländer ausgerichtet, fokussieren ihre Aktivitäten seit einiger Zeit auf wenige ausgewählte Subsegmente und versuchen, dort eine globale Abdeckung und letztlich Marktführerschaft zu erreichen. Gerade die europäischen Großverlage haben in den letzten zwei Jahren durch zahlreiche Akquisitionen ihre Position z. B. im US-amerikanischen Markt stark ausgebaut.

Durch diese vertikale und internationale Weiterentwicklung lassen sich weit stärkere Synergien generieren als durch eine horizontale bzw. themenübergreifende Abdeckung. Gründe hierfür sehen wir in

- einer global einheitlichen Ausrichtung auf die englische Sprache (z. B. über 75% aller medizinischen Publikationen),
- einer globalen thematischen Übereinstimmung einzelner Subsegmente und
- der Möglichkeit, innerhalb dieser Subsegmente die vorhandenen Angebote zu erweitern (Messen, Training, Recruiting) und damit die bestehende Kundenbasis intensiver zu nutzen.

1) Corporate Finance ist ein Bereich von KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
2) EBITDA = Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation, EBIT = Earnings before Interest and Taxes

Abb. 1: Margenvergleich im Verlagswesen



Quellen: Unternehmenspublikationen; KPMG, Corporate Finance

NEUE VERTRIEBSWEGE

Die fortschreitende Globalisierung bedingt auch den zweiten weltweiten Trend – die Nutzung neuer Vertriebswege. Durch den zunehmenden Druck, Inhalte weltweit und zeitnah anzubieten, haben die einzelnen Fachverlage mit erheblichen Investitionen die Digitalisierung ihrer Inhalte und den Aufbau ihrer Online-Aktivitäten forciert.

„Unsere Kunden wollen Informationen, die qualitativ hochwertig und topaktuell sind.“

Crispin Davis, CEO Reed Elsevier

Bestes Beispiel hierfür ist die britisch-niederländische Verlagsgruppe Reed Elsevier. Für 2002 plant der Verlag über seine Online-Angebote (u. a. Lexis Nexis und Science Direkt) rund 1,5 Mrd. € umzusetzen. Dies wäre eine Steigerung von über 700% gegenüber 1999.

Mittlerweile bieten alle großen Verlage Datenbanken an, über die trotz oft fehlender lokaler Präsenz Inhalte global vermarktet werden können.

DER DEUTSCHE MARKT

Der deutsche Fachverlagsmarkt (vgl. Abb. 2) unterscheidet sich grundlegend vom internationalen Markt. Zwar weisen beide Märkte annähernd denselben Konsolidierungsgrad auf (Anteil der Top-5-Verlage am Gesamtvolumen 47% bzw. 48%), dennoch gibt es erhebliche Unterschiede zwischen international und national agierenden Unternehmen.

Während international die einzelnen Segmente von einigen wenigen Großverlagen kontrolliert werden, sind diese im deutschen Markt fast nicht präsent (vgl. Abb. 3). Dafür sehen wir folgende Hauptgründe:

- eine stark mittelständisch geprägte, verlegerorientierte und damit kapitalmarktunabhängige Marktstruktur, die Übernahmen erschwert, und
- bis dato ausreichende Möglichkeiten, international zu akquirieren und zu wachsen, ohne in den schwierigen deutschen Markt eintreten zu müssen.

Abb. 2: Top-10-Fachverlage in Deutschland (Umsatz 2001 in Mio. €)

Nr.	Unternehmen	Umsatz	Schwerpunkte
1.	Bertelsmann Springer	749	STM, B2B
2.	Holtzbrinck-Fachinfo.	702	Bildung, STM
3.	SVHFI	319	RWS, B2B
4.	Weka Firmengruppe	316	RWS, B2B
5.	Vogel-Medien-Gruppe	393	B2B
6.	Ernst Klett Verlag	314	Bildung
7.	Cornelsen Verlag	192	Bildung
8.	Wolters Kluwer Dtl.	165	RWS, Bildung
9.	Rudolf Haufe Verlag	154	RWS
10.	Deutscher Ärzte-Verlag	137	STM, B2B

Quellen: Unternehmenspublikationen; wuv; KPMG, Corporate Finance

Abb. 3: Top-10-Fachverlage weltweit (Umsatz 2001 in Mio. €)

Nr.	Unternehmen	Umsatz	Schwerpunkte
1.	Thomson Corp.	8.094	RWS, Bildung
2.	Reed Elsevier	7.334	RWS, B2B
3.	McGraw Hill	5.187	Bildung, B2B
4.	Pearson Education	4.190	Bildung
5.	Wolters Kluwer	3.837	RWS
6.	Vivendi*	1.200	B2B, Bildung
7.	IDG	3.363	B2B (IT)
8.	UBM	1.500	B2B
9.	VNU B2B NV	926	B2B
10.	Wiley	831	STM, B2B

Quellen: Unternehmenspublikationen; KPMG, Corporate Finance

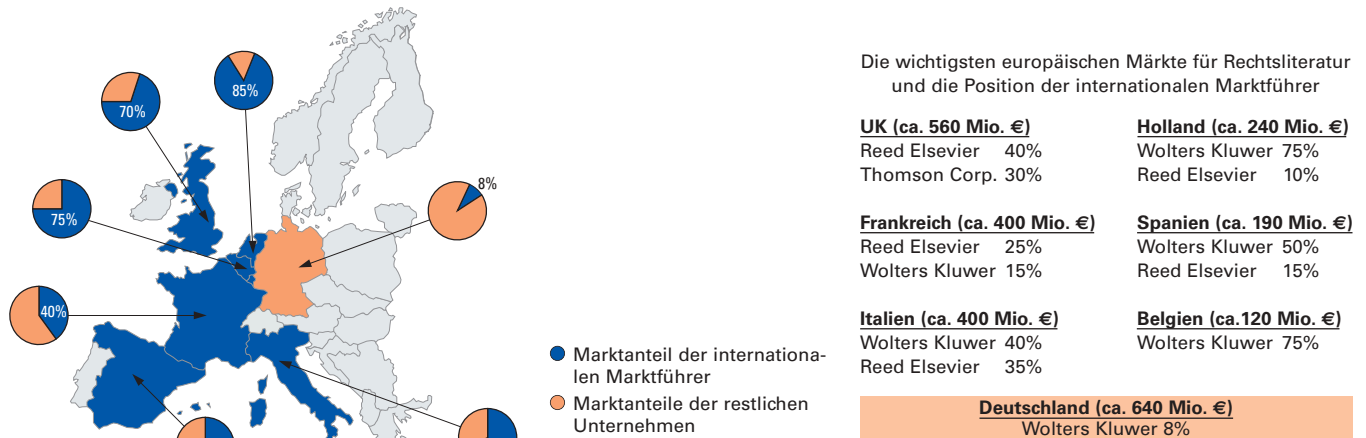
* Vivendi Universal Publishing hat mittlerweile seine Verlagsaktivitäten an Finanzinvestoren veräußert

Andererseits spielen große deutsche Fachverlage international nur eine untergeordnete Rolle. Die Ursachen hierfür lassen sich indirekt aus den oben genannten Gründen ableiten. Durch den mangelnden „Druck“ ausländischer Konzerne konnten die deutschen Verlage im Inland stetig wachsen. Große ausländische Akquisitionen waren zur Erreichung der Wachstums- und/oder Renditeziele nicht erforderlich. Zusätzlich verhinderten die bereits aufgezeigten Gründe einen Markteintritt ausländischer Verlagsgruppen. Auch der zu erwartende Wettbewerb mit den kapitalstarken Verlagen im Ausland hemmte die Expansion deutscher Fachverlage, die aufgrund der regelmäßig fehlenden Kapitalmarktnotierung nur in Ausnahmefällen über die notwendigen finanziellen Mittel verfügen.

Deutlich wird diese Diskrepanz zwischen der internationalen Dominanz einiger Großverlage und ihrer geringen Bedeutung in Deutschland am Beispiel der Rechtsliteratur. Hier haben die beiden europäischen Marktführer Wolters Kluwer und Reed Elsevier nur geringe Marktanteile in Deutschland (vgl. Abb. 4).

Wir gehen dennoch davon aus, dass sich der deutsche Markt in den kommenden Jahren weitreichenden Veränderungen stellen muss. Durch die bereits aufgezeigten Entwicklungen in der internationalen

Abb. 4: Nationale Marktanteile der globalen Marktführer am Beispiel der Rechtsliteratur in Westeuropa



Quellen: Unternehmenspublikationen; KPMG, Corporate Finance

“We estimate over half of the European legal market is in the hands of the three largest internationals Reed Elsevier, Thomson and Wolters Kluwer. In ... Gemany ... local players still hold dominant positions.”

Quelle: ING, Juni 2002

Verlagsbranche werden sich die deutschen Verlage in der nahen Zukunft vor allem folgenden Herausforderungen stellen müssen:

- Verschärfter Wettbewerb durch in- und ausländische meist kapitalstarke Unternehmen,
- eine ständige Weiterentwicklung der Vertriebswege und Technologien,
- eine fortschreitende inländische Konsolidierung, beschleunigt durch die momentane konjunkturelle Situation, und
- eine u. U. erschwerte Finanzierungssituation durch Basel II.

Ziel der einzelnen Verlage muss es sein, in den von ihnen bedienten Subsegmenten bzw. Themengebieten in die strategisch führende Gruppe

in Deutschland zu gelangen. Nur so werden sie in der Lage sein, langfristig ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und den Markt aktiv mitzugestalten.

HERAUSFORDERUNGEN

Internationale Markteintritte und fortschreitende Konsolidierung

Wir erwarten zumindest mittelfristig eine deutliche Verstärkung der Aktivitäten internationaler Verlagshäuser und Finanzinvestoren in Deutschland (vgl. Abb. 5). Zum einen bietet Deutschland eine ausreichend attraktive Marktgröße von ca. 10 Mrd. € im Bereich Fachinformationen (davon ca. 5 Mrd. € Verlagsvolumen), zum anderen dürfte die aktuelle Branchenschwäche attraktive Akquisitionsmöglichkeiten eröffnen. Zur Verbesserung der Wettbewerbssituation und Kapitalausstattung werden sich Verlagsgruppen für strategische Investoren oder Finanzinvestoren öffnen oder einzelne Bereiche veräußern.

Erhebliche strukturelle Veränderungen dürften vor allem dann auf den deutschen Markt zukommen, wenn es einem der großen internationalen

Abb. 5: Auswahl internationaler und nationaler M&A-Tätigkeit

Internationale Verlage		Nationale Verlage	
Käufer	Target	Käufer	Target
2002		2001	
Wolters Kluwer NV	Verlag Praktisches Wissen	Bertelsmann Springer	INUFA
Reed Elsevier PLC	Urban & Fischer	2000	
Reed Elsevier PLC	Spektrum Akademischer Verlag	Bertelsmann Springer	Schück Söhne
Reed Elsevier PLC	MBO Verlag	Bertelsmann Springer	EMAP Dtl.
Cinven/Carlyle Group/Apax	Vivendi Universal (b2b publishing assets)	Bertelsmann Springer	Rot-Gelb-Grün Verlag
2001		SVHFI	Medical Tribune
John Wiley	Hungry Minds	SVHFI	Überreuther Gruppe
UBM	Allison Fisher International	Weka	Network & Communication
Informa Group PLC	Bio Techniques	1999	
Taylor & Francis	Gordon & Breach	Bertelsmann Fachinformationen	VG Springer
Metal Bulletin PLC	BCA	VG Holtzbrinck	Macmillan VG (restl. 29%)
2000		Wolters Kluwer Dtl.	Dümmers Verlag
DLJ	Advanstar Communications		
Reed Elsevier PLC	Harcourt		
Reed Elsevier PLC	Miller Freeman (Europa)		
Highbury House Comms	Nexus Media Communications		

Quellen: Unternehmenspublikationen; SDC-Thomson

Fachverlage gelingt, mit einer Übernahme von Bertelsmann Springer auf Anhieb die Marktführerschaft in Deutschland zu erreichen. Auch wenn Verlage wie Reed Elsevier ihr Interesse zunächst dementiert haben, erwartet Corporate Finance, dass das Unternehmen mittelfristig an internationale Marktführer veräußert wird. Eine momentan diskutierte Veräußerung an einen Finanzinvestor würde hier lediglich als „Zwischenstation“ dienen, die es den Großverlagen ermöglicht, einzelne hochattraktive Unternehmensteile zu übernehmen.

Bis zu einer Weiterveräußerung einzelner Fachverlage durch die jetzt aktiven Finanzinvestoren in drei bis fünf Jahren werden die internationalen Verlage ihre Position in Deutschland vor allem durch Übernahmen von kleineren Unternehmen stärken. Im Fokus werden insbesondere Unternehmen stehen, die bereits heute über eine führende technologische Position verfügen, um die zu erwartende steigende Nachfrage nach kundenspezifischen Angeboten, vor allem in digitaler Form, bedienen zu können.

„Ein Teilverkauf dieser Aktivitäten (Fachinformationen/SVHF) ist nicht ausgeschlossen. Jetzt wird eine konsequente Portfolio-Analyse vorgenommen.“

Dr. Dirk Refäuter, GL Süddeutscher Verlag, 11/10/2002

Die momentane Marktsituation bietet jedoch nicht nur internationalen Verlagen eine Möglichkeit, in Deutschland Fuß zu fassen. Auch nationale Wettbewerber könnten, soweit diese über die nötigen finanziellen Mittel verfügen, derzeit günstige Möglichkeiten für Akquisitionen oder Partnerschaften suchen. Ein Beispiel hierfür ist die Deutsche Verlags-Anstalt (DVA), die laut Zeitungsberichten (u.a. SZ, 21/09/2002) durch ihre Muttergesellschaft, die F.A.Z., veräußert werden soll.

NEUE TECHNOLOGIEN

Die Mehrzahl der deutschen Fachverlage hat bereits ein umfassendes Online-Angebot als zusätzlichen Vertriebskanal aufgebaut.

Laut einer aktuellen Umfrage des Arbeitskreises Elektronisches Publizieren (AKEP) erwirtschaften bereits über 20% aller angesprochenen Fachverlage Gewinne und knapp die Hälfte bezeichnet das Kosten-Erlös-Verhältnis als ausgeglichen. Obwohl der Umsatzanteil überwiegend noch im unteren einstelligen Prozentbereich liegt, erwartet die Mehrheit der Unternehmen, dass er mittelfristig auf bis zu 20% ansteigen wird.

Wir gehen davon aus, dass der Bedarf an zeitnah erhältlichen Inhalten zukünftig weiter wachsen wird. Gerade im Bereich der Fachinformationen mit ihrem „must-have“-Charakter werden kostenpflichtige Online-Angebote einen wesentlichen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg auch mittelständischer Unternehmen leisten. Voraussetzung hierfür sind die entsprechenden Investitionen in die Technologie und genaue Kenntnisse der Kundenbedürfnisse.

„Das Interesse, für qualifizierte Inhalte Geld zu bezahlen, nimmt zu ... Wir sind dabei, elektronisches Publizieren als zusätzliche Erlösquelle zu entwickeln.“

Arnoud de Kemp, GL Springer Wissenschaftsverlag

BASEL II

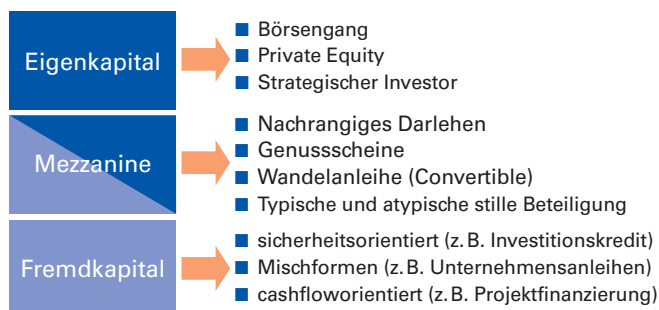
Die Bonitätsprüfung und insbesondere das Rating mittelständischer Unternehmen der Verlagsbranche gewinnt mit den geplanten Eigenkapitalrichtlinien nach Basel II immer mehr an Bedeutung. Vom Rating hängt es zukünftig ab, mit wie viel Eigenkapital die Banken ihre Kreditengagements unterlegen müssen. Die Kreditentscheidung und die Höhe der Kreditkosten werden dadurch stark beeinflusst.

Nach den neuen Vorschriften haben Banken neben der reinen Finanzlage und der Kreditbesicherung auch Faktoren wie den Aufbau des internen und externen Rechnungswesens, die Nachvollziehbarkeit und Belastbarkeit der Unternehmensplanung und -organisation und die Aufbereitung historischer Daten in das Rating einzubeziehen.

Trotz des noch relativ großen Zeitfensters bis zur endgültigen Umsetzung von Basel II besteht bereits heute Handlungsbedarf bei den Unternehmen. Denn gerade durch ein aktives Herangehen an eventuelle Schwachstellen im Unternehmen haben Verlage gute Chancen, ihr eigenes Rating zu verbessern und dadurch günstigere Kreditkonditionen zu erhalten.

Dennoch wird Basel II die Finanzierungsmöglichkeiten der Verlage erschweren. Dadurch werden in Zukunft alternative Finanzierungsformen wie Private Equity oder Mezzanine weiter an Bedeutung gewinnen (vgl. Abb. 6).

Abb. 6: Alternative Finanzierungsformen (Bsp.)



Quelle: KPMG, Corporate Finance

STRATEGISCHE ANTWORTEN

Um sich den Herausforderungen stellen zu können, müssen sich Verlage frühzeitig an die veränderte Situation anpassen (vgl. Abb. 7). KPMG sieht speziell die nachfolgenden Punkte als kritisch an:

- Sicherstellung der inhaltlichen Qualität und dadurch Erlangung bzw. Festigung der Marktführerschaft in ausgewählten Subsegmenten bzw. Themengebieten (Erlangung eines „must-have“-Status) ...
- ... auch in Verbindung mit einer eventuell notwendigen, konsequenten Portfoliobereinigung,
- Ausbau vorhandener Technologien zur Schaffung neuer Vertriebswege zur zeitnahen und aktuellen Bereitstellung der Inhalte und
- frühzeitige Vorbereitung auf Basel II, ggf. in Verbindung mit einer Stärkung der Eigenkapitalausstattung.

Abb. 7: Die mittelständischen Verlage in Deutschland werden sich in den nächsten Jahren großen Herausforderungen stellen müssen

Trends & Themen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zunehmender Konzentrationsprozess ■ Andauernde Marktsegmentierung ■ Internationalisierung ■ Verschärfter Wettbewerb durch in- und ausländische, meist kapitalstarke Unternehmen ■ Neue Technologien ■ Finanzierung (Basel II)
Strategische Antworten	<ul style="list-style-type: none"> ■ Inhaltliche Qualität/„must have“-Content ■ Auf- und Ausbau dauerhafter Kundenbeziehungen ■ Skaleneffekte durch Dominanz im jeweiligen nationalen Markt ■ Community Organizer/Crossmedia-Präsenz ■ Langfristige Finanzierungstrategie ■ Portfoliobereinigung/-ergänzung/Allianzen
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ■ Marktführerschaft in den Segmenten ■ Hohe Profitabilität und Cashflows ■ Profitables Wachstum

Quelle: KPMG, Corporate Finance

SCHLUSSFOLGERUNG

Kurz- bis mittelfristig erwarten wir eine verstärkte M&A-Tätigkeit im deutschen Fachverlagsmarkt. Ausschlaggebend hierfür ist u.a. die aktuelle Marktschwäche, die einzelne Verlage zur Aufnahme von Partnern bzw. zu einem Verkauf des Unternehmens bzw. von Unternehmensteilen bewegen wird. Gerade bei segmentübergreifenden Verlagen könnte die momentane Situation zu Schwierigkeiten im teilweise stark anzeigenfinanzierten Kerngeschäft (z.B. Zeitungen) und damit zu Portfoliobereinigungen führen.

In den nächsten Jahren erwartet Corporate Finance vor allem zwei Hauptkäufergruppen. Zum einen internationale, meist börsennotierte Verlagsgruppen, die durch Akquisitionen versuchen, die vom Kapitalmarkt geforderten Wachstumsziele zu erreichen und die in Deutschland als einem der wenigen westlichen Märkte noch nicht substantziell vertreten sind.

Zum anderen Finanzinvestoren, die aufgrund der anhaltenden Kapitalmarktschwäche und nach dem Absturz der Technologiewerte nach Investitionsmöglichkeiten im Bereich der „Old Economy“ suchen.

Abb. 10: Aktuelle Kapitalmarktbeurteilung internationaler Fachverlagsgruppen

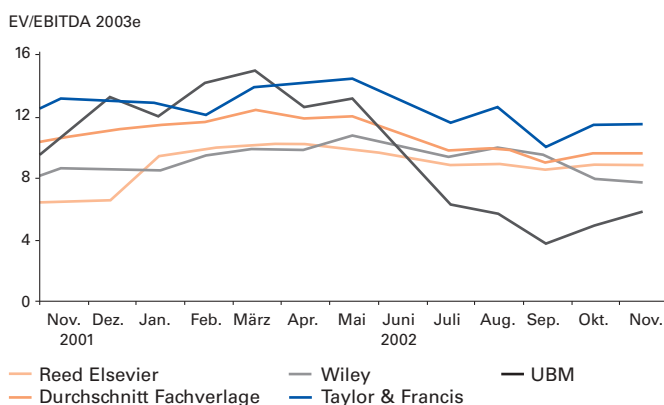
Unternehmen	Währ.	MarktKap. (Mio.)	Net Debt (Mio.)	EV (Mio.)	EBITDA-Marge	EBIT-Marge	EV/Umsatz		EV/EBITDA		EV/EBIT	
							2002e	2003e	2002e	2003e	2002e	2003e
Reed Elsevier plc	GBP	7.129	3.229	10.358	24,6%	9,1%	2,1 x	2,0 x	7,8 x	7,4 x	16,2 x	14,9 x
Wolters Kluwer NV	EUR	5.137	2.816	7.953	24,0%	21,2%	2,0 x	1,9 x	11,1 x	7,9 x	9,7 x	9,0 x
VNU NV	EUR	7.133	3.223	10.356	20,4%	17,3%	2,3 x	2,2 x	13,8 x	9,9 x	15,1 x	13,6 x
Taylor & Francis Group plc	GBP	424	45	469	23,2%	22,3%	3,1 x	2,9 x	12,9 x	11,7 x	13,4 x	12,2 x
United Business Media plc	GBP	966	-283*	683	9,0%	-8,3%	0,8 x	0,8 x	6,8 x	5,7 x	n/a	n/a
McGraw-Hill Inc.	USD	11.662	1.003	12.665	23,5%	14,4%	2,6 x	2,4 x	9,3 x	8,4 x	13,4 x	12,0 x
Thomson Corp.	CAD	27.505	2.525	30.030	24,7%	12,2%	3,8 x	3,6 x	15,3 x	14,4 x	25,9 x	24,1 x
John Wiley & Sons Inc.	USD	1.069	225	1.294	24,3%	15,5%	1,8 x	1,5 x	8,8 x	7,7 x	14,7 x	10,0 x
Durchschnitt							2,2 x	2,1 x	10,2 x	8,1 x	14,7 x	12,2 x
Mittelwert							2,3 x	2,2 x	10,7 x	9,1 x	15,5 x	13,7 x

Bewertung per 03.12.2002 * Die Bewertung von UBM wurde aufgrund der Equity Konsolidierung der Anteile an Channel 5, ITN und SDN um 200 Mio. € angepasst (Net Cash 83 Mio. €)

Quellen: Unternehmensdaten; Forecast aus Multex Global Estimates; KPMG, Corporate Finance

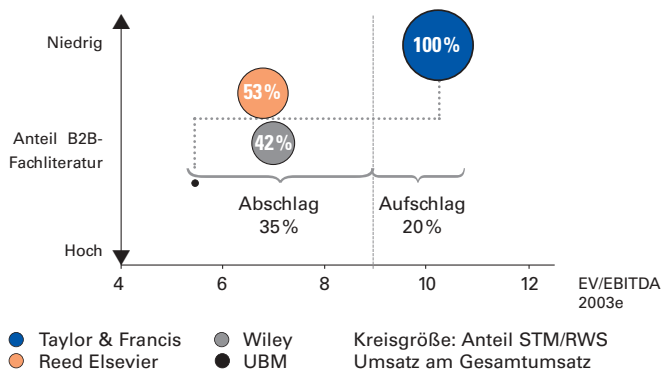
„Studie zu strukturellen Veränderungen in der Medienbranche“
 KPMG, Corporate Finance, führt derzeit o.a. Studie im Medienbereich durch. Dabei werden schwerpunktmäßig die Themen Finanzierung, Marktentwicklung und Basel II behandelt.
 Wenn Sie Interesse an den Ergebnissen der Studie haben, kontaktieren Sie bitte Herrn Peter Beusch, KPMG, Corporate Finance München (+49 (0)89 92 82 12 24).

Abb. 8: Jahresentwicklung des EV³⁾/EBITDA-Multiplikators (ausgewählte Fachverlage)



Quellen: Bloomberg; Multex

Abb. 9: Auswirkung Verlagsbereiche auf Bewertung Median Fachverlage (Dez. 2002)



Quellen: Unternehmenspublikationen; KPMG, Corporate Finance

3) EV = Enterprise Value (Marktwert des Eigenkapitals zzgl. Marktwert des verzinslichen Fremdkapital abzgl. liquider Mittel)



KPMG, CORPORATE FINANCE

Information, Communications & Entertainment

Ihre Ansprechpartner in Europa:

Michael Higgins

Partner

Tel.: +44 20 7311 8511

Fax: +44 20 7311 8252

michael.higgins@kpmg.co.uk

Technologie

Dr. Martina Ecker

Frankfurt

Tel.: +49 (0)69 95 87 28 34

Fax: +49 (0)69 95 87 28 96

mecker@kpmg.com

Telekommunikation

Wouter van de Bunt

Amsterdam

Tel.: +31 20 6 56 79 68

Fax: +31 20 6 56 77 24

vandebuntwouter@kpmg.nl

Warren Scott

Partner

Tel.: +49 (0)69 95 87 28 32

Fax: +49 (0)69 95 87 28 96

wscott@kpmg.com

Medien

David Elms

London

Tel.: +44 20 73 11 85 68

Fax: +44 20 73 11 82 52

david.elms@kpmg.co.uk

Entertainment

Malcom Strang

London

Tel.: +44 20 73 11 43 55

Fax: +44 20 73 11 82 52

malcom.strang@kpmg.co.uk

Globalisierung und technische Innovationen haben große Auswirkungen auf herkömmliche Strukturen und Wertschöpfungsketten. Der Bereich Corporate Finance von KPMG ist in Deutschland und weltweit einer der führenden Berater in allen Fragen von Unternehmensakquisitionen und Verkäufen, strategischen Allianzen, Bewertungen, Finanzierungsfragen und Börsengängen.

Damit unterstützt Corporate Finance seine Klienten dabei, schnell und erfolgreich auf Veränderungen zu reagieren und sich im jeweiligen Markt stark zu positionieren.

Mit dem internationalen Netzwerk „Information, Communications & Entertainment“ (ICE) bietet KPMG umfassendes Branchenwissen für alle Marktteilnehmer. Bei Corporate Finance stehen Ihnen für diesen Bereich weltweit mehr als 150 Fachleute zur Verfügung.

Schwerpunkte liegen in den Bereichen Telekommunikation, IT-Services, Soft- und Hardware, Medien und Entertainment.

Der Bereich Corporate Finance von KPMG verfügt mit weltweit 320 Transaktionen allein im Jahr 2002 über herausragende Erfahrung im Markt für Unternehmenskäufe und Verkäufe (M&A) und ist damit nach Anzahl der Transaktionen in Deutschland und weltweit der führende unabhängige Corporate-Finance-Berater.

Transaktionen in 2002 (weltweit)		Transaktionen in 2002 (Deutschland)	
Advisor	No.	Advisor	No.
1 CSFB/DLJ	344	1 Deutsche Bank	30
2 KPMG	320	2 KPMG	25
3 Citigroup/Salomon Smith Barney	312	3 Sal Oppenheim	22
4 JP Morgan/Chase	291	4 Morgan Stanley	17
5 Morgan Stanley DW	267	5 JP Morgan/Chase	16
6 Goldman Sachs	252	6 Metzler Seel Sohn & Co.	14
7 Merrill Lynch	201	6 Dresdner Kleinwort Wasserstein	14
8 PriceWaterhouseCoopers	199	8 Rothschild	13
9 Deutsche Bank	190	8 Citigroup/Salomon Smith Barney	13
10 UBS Warburg	188	10 PricewaterhouseCoopers	11
		10 Lazard	11

Quelle: Thomson Financial Securities Data, January 2003

Corporate Finance Services

Mergers & Acquisitions

- Akquisitionen und Verkäufe
- Privatisierungen
- Joint Ventures
- Fusionen und Übernahmen

Equity Capital Markets

- Managementberatung im Rahmen von IPOs
- Management Buy-Outs
- Leveraged Buy-Outs
- Management Buy-Ins
- Privatisierungen
- Emissionsberatung
- Fund Raising

Unternehmensbewertung

- Objektivierete Bewertungen
- Strategische Bewertungen
- Value Based Management
- Special Purpose Valuation
- Financial Modelling Assistance

Finanzierungsberatung

- Public Private Partnerships
- Private Finance Initiatives
- Projektfinanzierung
- Sovereign Debt Advisory
- Corporate Debt Advisory
- Leasing & Steuer Planung
- Post Contract Management

Die in diesem Snapshot enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie im Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte auf Grund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

©2003, KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, deutsches Mitgliedsunternehmen von KPMG International, einem Verein schweizerischen Rechts. Alle Rechte vorbehalten.

Printed in Germany.

KPMG und das KPMG-Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International, einem Verein schweizerischen Rechts.