

Corporate Finance Letter 02/2008

Inhalt | Meinung | Meldungen | Erfolgsgeschichte | BHF-BANK intern | Zum Schluss



Inhalt

Willkommen! Heute lesen Sie, wie ein Logistik-Unternehmen mit unserer Hilfe einen Konkurrenten übernommen hat – und auf diesem Weg seine Marktführerschaft ausbauen konnte. Außerdem: Warum sich das neue übernahmerechtliche Squeeze-out-Verfahren kaum durchsetzen wird, erfahren Sie auf Seite 2. Viel Freude beim Lesen!

Meinung 2

Squeeze out:
Bewährtes dominiert

Meldungen 3

Private Equity: Familienunternehmer entdecken Finanzinvestoren

DIHK-Umfrage: Mittelständler spüren Finanzkrise kaum

BCG-Studie: Übernahmen lohnen sich eher in Krisenzeiten

Checkliste: Fünf Tipps für ein besseres Rating

Erfolgsgeschichte 4

JF Hillebrand: Mit Synergien die Nummer eins bleiben

BHF-BANK intern 6

Loukas Rizos neu im Vorstand der BHF-BANK

Im Portrait: Johannes von Neipperg

BHF-BANK gewinnt AktienAnalystenAward 2008

Zum Schluss 7

Termine

Kultur-Tipp:
Historisches Museum Frankfurt: Die 68er – kurzer Sommer, lange Wirkung

Buch-Tipp:
Phil Rosenzweig: Der Halo-Effekt

Stichwort „Covenants“

Zitat

Corporate Finance Letter 02/2008

Inhalt | **Meinung** | Meldungen | Erfolgsgeschichte | BHF-BANK intern | Zum Schluss

Squeeze out: Bewährtes dominiert

Bei einem aktienrechtlichen Squeeze out können Minderheitsaktionäre ausgeschlossen werden – nötig ist ein Beschluss der Hauptversammlung. Als Alternative wurde 2006 der übernahmerechtliche Squeeze out eingeführt. Dabei werden die verbliebenen Minderheitsaktionäre durch einen Gerichtsbeschluss auf Antrag des Bieters ausgeschlossen. Voraussetzung ist, dass ein erfolgreiches Übernahme- oder Pflichtangebot („Angebot“) vorangegangen ist und dem Bieter anschließend mindestens 95 Prozent der Aktien gehören.

Vorteil: Keine Anfechtungsklagen

Die Idee für dieses Verfahren begeisterte zunächst Viele: Ohne Hauptversammlungsbeschluss entfällt die Gefahr von Nichtigkeits- oder Anfechtungsklagen, die Aktionäre meist erheben.

Zudem muss die Angemessenheit der Abfindung nicht gerichtlich überprüft werden, welche beim aktienrechtlichen Squeeze out regelmäßig gefordert wird – sofern die Abfindung dem Angebotspreis entspricht und mindestens 90 Prozent der betroffenen Aktien durch das Angebot erworben wurden („Angemessenheitsvermutung“).



Michael Berg, Leiter Equity Capital Markets der BHF-BANK

Praxis: Voraussetzungen sind kaum einzuhalten

Trotz der Vorteile wurde der übernahmerechtliche Squeeze out bisher selten angewandt. Das hat mehrere Gründe:

1. Der Bieter kann keinen übernahmerechtlichen Squeeze out durchführen, wenn er als Kontroll-Eigner von mehr als 30 Prozent seinen Aktienanteil durch ein freiwilliges Angebot lediglich aufstockt: Er hat dann die 95-Prozent-Schwelle nicht durch ein Übernahme- bzw. Pflichtangebot im rechtlichen Sinne erworben.
2. Eine effektive Konzernintegration nach Abschluss eines Angebots ist bereits bei

Mehrheiten ab 75 Prozent möglich, etwa durch einen Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag.

3. Selten gelingt es, im Rahmen eines Übernahme- oder Pflichtangebots auf 95 Prozent zu kommen – aufgrund von Spekulationen auf ein besseres Angebot.

4. Die erforderlichen 95 Prozent können auch durch Vorerwerbe vor dem Angebot oder Parallelerwerbe außerhalb des Angebots erreicht werden. Jedoch müssen sie in engem zeitlichen Zusammenhang mit dem Angebot stehen – doch ist rechtlich noch ungeklärt, wann diese Bedin-

gung erfüllt ist. Das gilt auch für die Frage, ob die zur Angemessenheitsvermutung erforderliche Annahmquote von 90 Prozent durch Mitberücksichtigung von Parallelerwerben erreicht werden kann.

5. Kommt die Annahmquote von 90 Prozent nicht zustande, kann es zu erheblichen Verzögerungen kommen: Denn dann wird ein gerichtliches Überprüfungsverfahren – in dem auch die Frage der Angemessenheit geprüft wird – erforderlich. Dagegen wird der aktienrechtliche Squeeze out unabhängig vom oft langwierigen Spruchverfahren wirksam, in dem ausschließlich geprüft wird, ob die Abfindung angemessen ist.

Fazit: Aktienrechtlicher Squeeze out dominiert

Der übernahmerechtliche Squeeze out wird daher nach unserer Meinung auf wenige Ausnahmefälle begrenzt bleiben. Sein Vereinfachungspotential wird er nicht wie erwartet ausspielen können. Trotz der Risiken, des langwierigen Verfahrens und des Aufwandes für die Vorbereitung – der aktienrechtliche Squeeze out wird weiterhin dominieren.

Corporate Finance Letter 02/2008

Inhalt | Meinung | **Meldungen** | Erfolgsgeschichte | BHF-BANK intern | Zum Schluss

Private Equity

Familienunternehmer entdecken Finanzinvestoren

Beteiligungsgesellschaften werden als Geldgeber interessanter für Familienunternehmen. Grund ist die Kreditkrise.

Das ist ein Ergebnis der Studie „Private Equity in Familienunternehmen“ der Stiftung Familienunternehmen.

Demnach wird privates Beteiligungskapital in Deutschland attraktiver, weil sich die Kredite der Banken verteuert haben.

Mehr Zugeständnisse von Investoren

Vor allem kleinere Beteiligungsgesellschaften seien zu Zugeständnissen gegenüber Familienunternehmen bereit.

So ermöglichten die Investoren zum Beispiel Minderheitsbeteiligungen, die in der Private-Equity-Branche unbeliebt sind.

Außerdem erlaubten sie statt einer Auktion oder des Börsengangs den Rückkauf der Anteile – und linderten so die Befürchtungen der bis zu 4.000 Unternehmer, die für eine Minderheitsbeteiligung in Frage kommen.

DIHK-Umfrage

Mittelständler spüren Finanzkrise kaum

Der überwiegende Teil der deutschen Unternehmer hat persönlich keinen Engpass bei der Kreditaufnahme bemerkt.

Das geht aus einer Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) unter 20.000 Unternehmen hervor.

Demnach gaben 70 Prozent der Firmen an, die Bedingungen zur Aufnahme von Krediten hätten sich für sie 2007 nicht verschlechtert – trotz Finanzkrise und neuer Eigenkapital-Richtlinien (Basel II).

Schärfere Kreditkonditionen belasten kaum

Elf Prozent der Befragten meldeten laut DIHK sogar bessere Konditionen.

Nur 16 Prozent der befragten Unternehmen hätten von allgemein verschlechterten Kreditkonditionen berichtet.

Bei drei Prozent der Unternehmen seien Kreditanträge abgelehnt oder Kreditverträge nicht verlängert worden.

BCG-Studie

Übernahmen lohnen sich eher in Krisenzeiten

In wirtschaftlich schlechten Zeiten sind unternehmerische Zukäufe erfolgversprechender als in Boomzeiten.

Das stellt die Unternehmensberatung Boston Consulting Group (BCG) fest, so die Financial Times Deutschland (FTD).

In Phasen mit weniger als drei Prozent Wachstum sei es doppelt so wahrscheinlich, dass Akquisitionen langfristig mehr als 50 Prozent Rendite erzielen.

Erwerb von Tochter-Gesellschaften besonders gewinnbringend

Für Käufer lohnen sich laut BCG vor allem Spin-offs: Fast 60 Prozent der Erwerber von Unternehmenssparten hätten positive Aktienrenditen erwirtschaftet. Bei Übernahmen von ganzen Firmen seien es nur etwas mehr als 40 Prozent gewesen.

Für die Studie hat die Unternehmensberatung laut FTD mehr als 408.000 Fusionen und Übernahmen zwischen 1981 und 2007 analysiert.

Checkliste:

Fünf Tipps für ein besseres Rating

1. Kosten senken

Rotstift-Politik – aber mit Konzept: Sparen Sie nicht an Prozessen. Betreiben Sie zudem Forderungsmanagement.

2. Prozesse verbessern

Zu einer intelligenten Führungsstruktur mit klarer Kompetenzverteilung verhelfen Organigramme und Ablaufpläne.

3. Controlling ausbauen

Ermitteln Sie Kennzahlen für Produktion, Vertrieb und Prozessqualität. Analysieren Sie die betriebswirtschaftliche Auswertung (BWA).

4. Führungsmannschaft qualifizieren

Vergeben Sie keinen Job aus Gefälligkeit. Regelmäßige Weiterbildungen sind nützlicher.

5. Banken regelmäßig informieren

Schicken Sie Ihrem Bankberater wichtige Kennzahlen und BWA-Auszüge.

Quelle: impulse

Corporate Finance Letter 02/2008

Inhalt | Meinung | Meldungen | **Erfolgsgeschichte** | BHF-BANK intern | Zum Schluss



Kevin Brock, Finanzvorstand
 JF Hillebrand



Norbert Müller, Relationship im Bereich
 Übernahmefinanzierung der BHF-BANK

Mit Synergien die Nummer eins bleiben

Der Logistiker JF Hillebrand hat einen Wettbewerber gekauft und profitiert gleich mehrfach von dessen speziellem Know-how

Die JF Hillebrand Gruppe ist der weltweit führende Anbieter von Logistik-Dienstleistungen für Wein und Spirituosen. Der Wettbewerber Trans Ocean Distribution Ltd. (T.O.D.) ist ein führender Entwickler, Hersteller und Logistiker von Flexi-Tank-Lösungen, die für den Transport von Bulk-Ware, also Massengütern, benötigt werden. Solche Tanks sind flexibel, fassen 24.000 Liter und passen in einen 20-Fuß-Container. Ihr Vorteil: Es sind Einweg-Tanks. Die teureren Edelstahl-Tanks müssen gesäubert werden und bleiben manchmal über lange Zeiten ungenutzt – Nachteile, die die Kosten steigen lassen.

T.O.D. hatte sich mit seinen Flexi-Tanks Schritt für Schritt in den Logistik-Markt hineingewagt. Damit wurde das Unternehmen zu einem Konkurrenten von JF Hillebrand. Im April 2007 hat Marktführer JF Hillebrand nun T.O.D. mit der finanziellen Unterstützung der BHF-BANK gekauft – und seine Marktführerschaft im Bereich Wein- und Spirituosen-Logistik weiter ausgebaut.

Vor der Transaktion erzielte der Marktführer 95 Prozent seines Umsatzes mit dem Transport von Flaschenweinen. Die günstigeren Tischweine wurden mehr und mehr in Flexi-Tanks befördert. Deshalb hatte das Unternehmen zehn Jahre lang Flexi-Tanks von Dritten gekauft, um auch Tischweine für die Kunden befördern zu können.

Neue Vorteile durch Flexi-Tanks

Seit der Übernahme von T.O.D. sind diese Zeiten vorbei. JF Hillebrand muss keine Flexi-Tanks mehr kaufen – und spart dadurch mehr als zwei Millionen Dollar pro Jahr. JF-Hillebrand-Finanzvorstand Kevin Brock: „Wir möchten die Verkaufspreise weitgehend stabil halten. Deshalb ist das ein Riesen-Sprung für uns: Ein Unternehmen verdient schließlich am Einkauf, nicht am Verkauf.“

Mit den Flexi-Tanks könne JF Hillebrand seinen Kunden nun Komplett-Lösungen aus einer Hand anbieten, sagt Brock: „Mit dem Know-how von T.O.D. treten wir

viel stärker im Markt auf: Dank der Flexi-Tanks können wir jetzt auch andere Lebensmittel transportieren, zum Beispiel Fruchtsaftkonzentrate und Oliven-Öl.“

Dieser Vorteil lässt die JF Hillebrand Gruppe wachsen, denn zu ihren Kunden zählen neben Wein-Herstellern auch Lebensmittelhändler – und die lassen häufig rieselfähige Nahrungsmittel wie Oliven-Öl transportieren. Aussichtsreich ist außerdem, dass 90 Prozent der Weinkunden von T.O.D. auch Kunden von JF Hillebrand sind.

Auf einen Blick

Unternehmen: JF Hillebrand
Branche: Spedition / Logistik

Mitarbeiter vor der Transaktion: 1.000
Mitarbeiter nach der Transaktion: 1.400

Umsatz vor der Transaktion:
 500 Millionen Euro
Umsatz nach der Transaktion:
 560 Millionen Euro

www.jfhillebrand.com

Corporate Finance Letter 02/2008

Inhalt | Meinung | Meldungen | **Erfolgsgeschichte** | BHF-BANK intern | Zum Schluss



Aber der Logistiker ziehe einen weiteren Nutzen aus der Übernahme, sagt Brock: „T.O.D. spart eineinhalb Millionen Dollar jährlich an Frachtkosten: Durch die größeren Hillebrand-Mengen bekommt T.O.D. bessere Einkaufspreise bei den Reedereien. Außerdem bieten wir ihnen als noch größerer Kunde nun noch mehr Kontinuität.“ Schifffahrtsgesellschaften mögen stabile Geschäfte mit ihren Kunden: JF Hillebrand baut seine guten Beziehungen zu den Reedereien damit aus.

Insgesamt spart der Marktführer effektiv vier bis fünf Millionen Dollar jährlich durch solche Synergie-Effekte. Mit dem Bulk-Ware-Spezialisten hat das Unternehmen einen neuen Geschäftszweig gewonnen – ansonsten bleibt bei T.O.D. alles beim

bewährten Alten. Ein T.O.D.-Manager hat die Geschäftsleitung der neuen Hillebrand-Bulk-Division übernommen, die auf dem Hillebrand-Netzwerk aufbaut. Dieses Netzwerk umfasst weltweit 43 Niederlassungen und erstklassige Kontakte zu Wein-Herstellern.

Eigenständigkeit garantiert

T.O.D. wird nicht in JF Hillebrand integriert. Brock: „Ein Beispiel: Früher brauchte T.O.D. einen Agenten, um einen Transport von Chile nach Deutschland zu organisieren. Jetzt ist es so, dass wir auf die Hillebrand-Niederlassungen in Chile und Deutschland zurückgreifen können. Oder Adelaide: Die dortigen T.O.D.-Mitarbeiter sind in unsere Büros umgezogen und betreiben dort ihr eigenes Geschäft weiter. Auch das spart Kosten.“

All diese Vorteile überzeugten auch Brocks Hausbank, die BHF-BANK. Brock brauchte 68 Millionen Euro, um den Kauf zu stemmen. Er und Norbert Müller – bei der BHF-BANK für Relationship im Bereich Übernahmefinanzierung zuständig – kennen sich seit 14 Jahren. Auch Matthias Landskron, der zuständige Projektleiter Übernahmefinanzierung der BHF-BANK, war Brock bekannt: Er hatte bereits 2003 einen Zukauf für Hillebrand strukturiert.

Vertrauen war auf beiden Seiten da. Müller und Landskron sind von JF Hillebrand überzeugt: „JF Hillebrand agiert als Marktführer langfristig, zuverlässig und verfügt über hervorragende Kontakte. Die Übernahme war wirtschaftlich gesehen mehr als reizvoll, der Kaufpreis vertretbar – das wollten wir gern strukturieren und finanzieren.“

Die BHF-BANK tat noch mehr: Sie wurde zum zentralen Ansprechpartner für das Projekt. Die Hausbank erarbeitete ein Finanzierungskonzept und verschlankte die Kreditlinie von JF Hillebrand von zehn auf sechs Banken. Der Vorteil für Brock: Er musste nicht mit zehn Banken über Konditionen und Verträge handeln, sondern nur mit einer.

Schnelle Entscheidungen getroffen

Am 4. April 2007 war der Kreditvertrag mit der BHF-BANK unterschrieben, einen Tag später der Kaufvertrag mit T.O.D.. Brock ist nach wie vor überrascht, wie professionell, zielgerichtet und schnell die Transaktion über die Bühne gegangen ist: „Wir brauchten die Finanzierung ja ziemlich zügig. Natürlich mussten wir ein Zahlenwerk vorzeigen, aber dann ging alles sehr schnell. Die Entscheidungsprozesse sind wohl kürzer als bei großen Banken.“

Auch Müller und Landskron sind froh über die Zusammenarbeit: „Wir haben schon einmal ein Projekt zusammen gestemmt. Für uns ist es ein Vertrauensbeweis, für eine Fremdfinanzierung zum wiederholten Male angesprochen worden zu sein.“



Corporate Finance Letter 02/2008

Inhalt | Meinung | Meldungen | Erfolgsgeschichte | **BHF-BANK intern** | Zum Schluss

Loukas Rizos neu im Vorstand der BHF-BANK

Loukas Rizos tritt zum 1. Juli 2008 in den Vorstand der Bank ein. Der 52-jährige übernimmt das Ressort Financial Markets & Corporates.

Durch seine Tätigkeit bei der BHF-BANK von 1987 bis 1999 ist Rizos mit der Bank bestens vertraut: Im Jahr 1993 übernahm der gebürtige Athener die Leitung der Bereiche Treasury und Kapitalmärkte, die er mit aufgebaut hatte. Ab 1995 führte Rizos den Bereich Financial Markets. In diesem Geschäftsfeld waren unter anderem Handelsaktivitäten, Asset-Liability-Management und Treasury zusammengefasst.

Im Jahr 1999 verließ Rizos die BHF-BANK und wechselte in den Vorstand der Postbank AG. Als Verantwortlicher für die Anlage der Kundengelder am Kapitalmarkt hatte er gewichtigen Anteil am Erfolg des in Bonn beheimateten Instituts. In seinen Händen lagen unter anderem das Geld-, Devisen- und Kapitalmarktgeschäft sowie das auf Handelsgeschäfte bezogene Finanzrisikoccontrolling (Middle Office).

Im Portrait: Johannes von Neipperg



Johannes von Neipperg
 geboren 1964

Studium

1991: Abschluss des Studiums der Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule St. Gallen, Schweiz

Berufstätigkeit

Seit 1994 in der M&A-Abteilung der BHF-BANK, seit 2004: Leiter der M&A-Abteilung

1996 – 1998: „Secondment“ in der Corporate-Finance-Abteilung der Charterhouse Bank, London

1991 – 1994: Corporate-Finance-Abteilung der Deutschen Bank

Johannes von Neipperg schätzt die Unternehmenskultur in der BHF-BANK, die von kurzen Wegen zwischen den Fachabteilungen geprägt ist. „Dies ermöglicht im Sinne des Kunden flexible, produktübergreifende Problemlösungen, die die BHF-BANK von M&A-Boutiquen oder Großbanken unterscheidet. Außerdem ist die Unternehmenskultur traditionell sehr unternehmerisch geprägt – und schafft Freiräume, um Ideen zu verwirklichen.“

Als M&A-Berater kommt er mit unterschiedlichen Unternehmer-Persönlichkeiten in Kontakt. Diese Vielfalt immer neuer Situationen macht die Arbeit abwechslungsreich. Gerade dies fasziniert ihn, sagt er: „So ist jedes Projekt anders, wobei die Herausforderung darin besteht, sich schnell in die jeweiligen neuen Konstellationen hineinzuarbeiten.“

Herr von Neipperg ist ehrenamtlich als stellvertretender Stadtbeauftragter für den Malteser Hilfsdienst e. V. der Stadt Frankfurt am Main tätig. Er geht einmal in der Woche zum Kickboxen, liest gern und geht gelegentlich auf die Jagd oder zum Skifahren.

BHF-BANK gewinnt AktienAnalystenAward 2008

Die Börsen-Zeitung hat die BHF-BANK als bestes Analysehaus mit dem AktienAnalystenAward 2008 ausgezeichnet.

Die Bank hat den Preis für die besten Empfehlungen für Dax-Werte gewonnen: Sie setzte sich insbesondere durch gute Empfehlungen für Blue Chips im Technologiesektor durch.

Zusätzlich konnte die BHF-BANK im Bereich der Nebenwerte mit einem vierten Platz bei den Gewinnprognosen überzeugen.

Ausgezeichnet wurden die Häuser mit den treffsichersten Prognosen und genauesten Gewinneinschätzungen für deutsche Aktien im Jahr 2007.

Bereits im April 2008 ging die BHF-BANK als Sieger der erstmals durchgeführten sharewise-Analysten-Studie hervor, für die 33 Analystenhäuser untersucht wurden. Die BHF-BANK hatte mit rund 70 Prozent ihrer Aktien-Einschätzungen richtig gelegen und damit die Spitzenposition im Ranking eingenommen.

Corporate Finance Letter 02/2008

Inhalt | Meinung | Meldungen | Erfolgsgeschichte | BHF-BANK intern | **Zum Schluss**

Termine

21. August 2008, Rhein-Main German Business Masters

Networking pur auf dem Grün: Das Handelsblatt-Golftunier für Firmenteams
www.germanbusinessmasters.com

5. bis 7. September 2008, Düsseldorf Internationale Anlegermesse 2008

Deutschlands wichtigste Messe für Finanzprodukte und -dienstleistungen
www.iam-online.de

8. bis 9. September 2008, Düsseldorf Unternehmerzukunft in Deutschland – WirtschaftsWoche Konferenz

Treffpunkt für Entscheider im Mittelstand
www.euroforum.com

Kultur-Tipp

1. Mai bis 31. August 2008, Historisches Museum Frankfurt: Die 68er – kurzer Sommer, lange Wirkung

Multimediales Erinnerungspanorama – von Rainer Langhans' Brille bis zur Fanpost an die Kommune eins
www.die-68er.de

Buch-Tipp

Phil Rosenzweig: Der Halo-Effekt

Ein Halo-Effekt ist ein Wahrnehmungseffekt bzw. ein Beurteilungsfehler. Das griechische Wort „hálos“ bedeutet „Lichthof“.



Phil Rosenzweig zeigt anhand vieler Beispiele, wie Unternehmen mit guter Performance vorschnell bejubelt werden.

Das Handelsblatt urteilte: „Rosenzweig legt den Finger auf einen wunden Punkt: Er stellt Erfolgsformeln und deren Übertragbarkeit auf andere Firmen infrage. Seine kritischen Gedanken sind lesenswert für Manager wie für Berater, Analysten und Journalisten.“

1. Auflage März 2008
300 Seiten, GABAL-Verlag
24,90 Euro
ISBN 3897497891

Stichwort

Covenants

Unter Covenants (engl.: „Vertrag“, „Zusicherung“) versteht man kreditvertragliche Bedingungen und Pflichten, die ein Kreditnehmer während der Laufzeit eines Kredites erfüllen muss.

Zu Covenants zählen beispielsweise Bilanzrelationsklauseln, die festlegen, dass der Kreditnehmer finanzwirtschaftliche Relationen einhalten muss.

Eine solche Ausgestaltung des Vertrages beschreibt die Sicherheiten für den Kreditgeber, denen sich der Kreditnehmer verpflichtet.

Verstöße gegen Covenants können zu schlechteren Kreditkonditionen führen, während günstigere Kennzahlen die Konditionen auch positiv beeinflussen können.

Zitat

„Erfolgsregel: Ich jage nie zwei Hasen auf einmal.“

Otto von Bismarck (1815 – 1898),
erster Kanzler des Deutschen Reiches

Impressum

Herausgeber

BHF-BANK Aktiengesellschaft

Bockenheimer Landstraße 10

60323 Frankfurt am Main

Tel.: (069) 718-0

E-Mail: corporate-finance@bhf-bank.com

Aktiengesellschaft: Sitz in Frankfurt am Main, Amtsgericht Frankfurt am Main: HRB 73636, Aufsicht: Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht in Bonn.

Vorstand: Matthias Graf von Krockow, Ingo M. Mandt, Björn H. Robens und Dietmar Schmid
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Georg Baron von Ullmann

Redaktion und Design

unique relations GmbH

Georgenstraße 35, 10117 Berlin

news@unique-relations.de

www.unique-relations.de

Amtsgericht Charlottenburg HRB 92472

Geschäftsführung: Dr. Ralf Lengen

Anmeldung:

Sie möchten den „Corporate Finance Letter“ kostenlos beziehen? Melden Sie sich an unter: corporate-finance@bhf-bank.com.

Abmeldung:

Sie möchten den „Corporate Finance Letter“ nicht mehr erhalten? Senden Sie eine E-Mail an: corporate-finance@bhf-bank.com.

Urheberrechte:

Der gesamte Inhalt sowie Struktur und Design unterliegen dem Urheberrecht.