

Fallstudie: Buy & Build-Strategie mit Private Equity

Ranger Marketing & Vertriebs GmbH: Wachstumsbranche Sales Outsourcing

Im Sales Outsourcing sind Marketing- und Vertriebsfirmen auf starke Eigenkapitalgeber angewiesen. Mit der Übernahme von Ranger Marketing unterstützt Waterland Private Equity die Buy & Build-Strategie seines Portfoliounternehmens und baut gleichzeitig sein Geschäftsfeld weiter aus.

Expansion mit Investor

Ranger Marketing aus Düsseldorf ist im Direktvertrieb Marktführer in Europa und aktuell in sieben Ländern auf dem Kontinent aktiv. Um die weitere Expansion abzusichern, boten sich im vergangenen Jahr mehrere Optionen. „Als Ende des 1. Quartals 2010 der Kontakt mit Waterland zustande kam“, so Jeff Audrey, Geschäftsführer von der Ranger Marketing & Vertriebs GmbH, „zog Ranger bereits in Betracht, einen strategischen Investor für das weitere Wachstum ins Boot zu holen.“ Doch soweit sollte es nicht kommen. Denn längst hatte Waterland Private Equity den Bereich „Sales Outsourcing“ im Rahmen seiner proaktiven Investmentstrategie als einen attraktiven Markt identifiziert. In vielen Fällen können Synergien durch Professionalisierung oder Skalierung der Prozesse erzielt werden. „Die Märkte für Vertrieb und Direktvertrieb wachsen und bieten viel Potenzial für die Begleitung durch einen erfahrenen Investor im Bereich Buy & Build – wie uns“, unterstreicht Jörg Dreisow, Partner bei Waterland Private Equity.

Ausweitung der Geschäftsfelder

Im vergangenen Oktober übernahm der Investor eine Mehrheitsbeteiligung an der Ranger-Gruppe. Gemeinsam mit dem bestehenden Ranger-Management wird Waterland in den nächsten Jahren eine konsequente Buy & Build-Strategie verfolgen. Sowohl im Kerngeschäft, der persönlichen Beratung zu Hause oder im Rahmen von Shop-in-shop-Systemen als auch in angrenzenden Geschäftsfeldern wurde eine Reihe von Wachstumsoptionen identifiziert.

KURZPROFIL: RANGER MARKETING & VERTRIEBS GMBH

Gründungsjahr:	1992
Branche:	Marketing und Direktvertrieb
Unternehmenssitz:	Düsseldorf
Mitarbeiterzahl:	rund 2.500 (in Europa)
Umsatz 2010:	ca. 120 Mio. EUR
Internet:	www.ranger.de



Ranger Marketing ist Europas Marktführer im Direktvertrieb.

Dazu Jeff Audrey: „Einerseits können wir die fragmentierte Direct-Sales-Branche konsolidieren und unsere Qualitätsansprüche durchsetzen.“ Ranger Marketing ist das erste TÜV-zertifizierte Unternehmen in diesem Bereich. „Wir können uns auch den Zukauf von Firmen vorstellen, die im weiteren Sinne mit unserem Geschäft verwandt sind: Innovationen für Hausbesitzer, Vertrieb über den Handel, Gesundheitsprodukte oder weitere Finanzdienstleistungen, jedoch stets mit dem Augenmerk auf persönliche Beratung“, so Audrey weiter. Dabei geht es explizit nicht um mögliche Turnaround-Kandidaten, sondern um erfolgreiche Firmen.

Wandel vom Spezialisten zum Allrounder

In den nächsten Jahren soll sich Ranger Marketing von einem erfolgreichen Spezialanbieter für den Direktvertrieb von Telekommunikations- und Energiedienstleistungen hin zu einem Allrounder mit vielen Dienstleistungen für diverse Branchen wandeln. „Wir haben uns gemeinsam mit unseren Partnern ambitionierte Ziele gesetzt“, schließt Jörg Dreisow. Das Wachstum soll durch weitere Zukäufe, aber auch organisch erfolgen. „In Zahlen ausgedrückt möchten wir unseren Jahresumsatz mehr als verdreifachen und den Shareholder Value entsprechend steigern“, unterstreicht Jeff Audrey. Ehrgeizige Ziele auf einem fruchtbaren Boden, den das Unternehmen nicht verlassen möchte. „Ranger wird nur schlucken, was auch verdaut werden kann, und weiterhin bodenständig bleiben“, so Audrey.

Holger Garbs
redaktion@unternehmeredition.de