

Durchführungsbeschluss	Geschäftsbereich	Zentrale Dienstleistungen
	Ressort / Stadtbetrieb	Ressort 403 - Finanzen
	Bearbeiter/in Telefon (0202) Fax (0202) E-Mail	Thomas Wolthoff 563 5616 563 4742 thomas.wolthoff@stadt.wuppertal.de
	Datum:	29.04.2003
	Drucks.-Nr.:	VO/1436/03 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
21.05.2003	Ausschuss für Beteiligungssteuerung	Vorberatung
22.05.2003	Finanzausschuss	Vorberatung
28.05.2003	Hauptausschuss	Vorberatung
02.06.2003	Rat der Stadt Wuppertal	Entscheidung
Beteiligung an der DSM Deutsche Städte-Medien GmbH		

Grund der Vorlage

Die Gesellschafterversammlung der DSM hat in ihrer Sitzung am 26. Juni 2002 beschlossen, nochmals grundsätzlich die Chancen und Risiken einer Öffnung der Gesellschaft für den Eintritt eines neuen Mehrheitsgesellschafters darzustellen sowie zu untersuchen, welche Maßnahmen erforderlich sind um die marktführende Stellung ohne Veräußerungen von Gesellschaftsanteilen zu erhalten.

Zur Koordination der Gesellschafterinteressen in diesem Prozess wurde ein „Arbeitskreis Strategieempfehlung“, in dem alle 28 Gesellschafterkommunen vertreten sind, gegründet. Zur Vorbereitung der Beschlüsse des Arbeitskreises wurde ein Unterausschuss (Steuerkreis) aus den Städten Bochum, Essen, Frankfurt, Gelsenkirchen, Hagen, Hannover, Kassel, Leipzig, Mainz und München gebildet. Die Federführung in den Gremien hat die Stadt Frankfurt.

Am 17. Oktober 2002 hat der Arbeitskreis Strategieempfehlung den Gesellschafterstädten empfohlen, sich von sämtlichen ihrer Anteile an der DSM zu trennen.

Beschlussvorschlag

1. Dem vollständigen Verkauf aller von der Stadt Wuppertal gehaltenen Geschäftsanteile an der DSM Deutsche Städte-Medien GmbH nach Maßgabe des in Ziffer 2. genannten Konsortialvertrags wird zugestimmt.

2. Dem als **Anlage 1** beigefügten Konsortialvertrag, der das Verfahren für den Verkauf von Geschäftsanteilen an der DSM Deutsche Städte-Medien GmbH regelt, wird zugestimmt. Der Konsortialvertrag hat folgenden wesentlichen Inhalt:
 - a) Der Verkauf der Geschäftsanteile erfolgt nur, wenn mindestens 75% des Stammkapitals veräußert werden.
 - b) Zum Verhandlungsführer wird der jeweilige Stadtkämmerer der Stadt Frankfurt am Main bestellt. Der Verhandlungsführer wird mit der Durchführung der Veräußerung, insbesondere mit den Verhandlungen mit den Erwerbsinteressenten, der Ermittlung des wirtschaftlich günstigsten Angebots, dem Abschluss des Kauf- und Abtretungsvertrags und aller dazu erforderlichen Maßnahmen beauftragt und bevollmächtigt. Der Verhandlungsführer ist jederzeit berechtigt, Untervollmacht an von ihm zu bestimmende Personen zu erteilen. Wesentliche Entscheidungen des Verhandlungsführers und der von ihm bevollmächtigten Personen bedürfen der Zustimmung eines Kontrollgremiums (so genannter Verkaufsbeirat). Dem Verkaufsbeirat gehören, mit Ausnahme der Vertreter der Städte Frankfurt am Main und Hannover, die bisherigen Mitglieder des Steuerkreises der DSM Deutsche Städte-Medien GmbH an.
 - c) Der Kaufpreis für die zu verkaufenden Geschäftsanteile muss ihrem vollen Wert entsprechen. Dieser Wert wird in einem nicht dem Vergaberecht unterliegenden Teilnahmewettbewerb mit anschließendem Verhandlungsverfahren anhand der Angebote der Erwerbsinteressenten ermittelt (so genanntes Auktionsverfahren). Ein wirtschaftlich nicht sinnvolles Angebot wird der Verhandlungsführer nicht annehmen.
3. Der Vertreter der Stadt wird beauftragt den aus **Anlage 2** ersichtlichen Beschlüssen in der Gesellschafterversammlung der DSM Deutsche Städte-Medien GmbH zuzustimmen.
4. Der Stadtkämmerer und Stadtdirektor Dr. Slawig wird beauftragt, die vorstehenden Beschlüsse zu vollziehen und alle für die Veräußerung erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen.

Einverständnisse

Unterschrift

Dr. Slawig

Begründung

1. Ausgangslage

An der DSM Deutsche Städte-Medien GmbH (DSM) sind 28 deutsche Städte bzw. in städtischem Mehrheitsbesitz befindliche Gesellschaften beteiligt. Die Stadt Wuppertal hält einen Geschäftsanteil von 0,66 %.

Der DSM-Konzern entwickelt Geschäftsaktivitäten im gesamten Spektrum der Außenwerbung. Wesentliche Geschäftsfelder sind die Plakat-, die Verkehrs- und die Sportwerbung. Aufgrund ihrer historischen Entwicklung verfügt die DSM, verglichen mit dem Wettbewerb, mit 1.200 Werbenutzungsverträgen über die mit Abstand größte Möglichkeit, exklusiv auf öffentlichem Grund und Boden Werbeträger aufzustellen und zu betreiben.

Der DSM-Konzern verfügt derzeit über ca. 102.000 Plakatwerbeflächen, davon ca. 36.000 Großflächen, ca. 2.000 CityLightBoards sowie ca. 31.000 CityLightPoster. In der Plakatwerbung verfügt die DSM über einen Flächenanteil von etwa 26% in Deutschland. In der Verkehrsmittelwerbung können Werbemöglichkeiten auf rd. 11.000 Omnibussen und Schienenfahrzeugen angeboten werden. Der Bereich der Sportwerbung umfasst u.a. die Vermarktung von 15 Fußball-Stadien in den Bundesligen und den Regionalligen.

Im Bundesgebiet verfügt die DSM neben der Zentrale über 37 Geschäfts- und Zweigstellen. Die Lage und Anzahl der Geschäfts- und Zweigstellen ist im Wesentlichen auf die historische Entwicklung des Gesellschafterkreises zurückzuführen. In der Vergangenheit übertrugen die Städte bei Eintritt in den Gesellschafterkreis die Werbenutzungsverträge auf die DSM. Diese wiederum eröffnete dann in der Gesellschafterstadt eine Niederlassung, die das lokale Geschäft verantwortete. Die einzelnen Geschäftsstellen werden als Profit Center geführt. Der erwirtschaftete Gewinn einer Geschäftsstelle steht dem betreffenden Gesellschafter zu

100 % zu. Aufgrund dieser Konstruktion erzielen die Gesellschafter Ausschüttungen aus ihrer Gesellschafterstellung und Pachteinnahmen (prozentualer Anteil vom Werbeträgerumsatz) aus den Werbenutzungsverträgen. Außerdem erzielen die ÖPNV-Unternehmen einiger Gesellschafter Pachterträge aus den Fahrgastunterständen und der Fahrzeugwerbung.

Im Markt der Außenwerbung findet in den letzten Jahren eine Konzentration durch Aufkäufe statt. In den vergangenen Jahren hat sich die Zahl der deutschen Außenwerbungsunternehmen halbiert. Der DSM-Konzern ist mit einem Umsatz von ca. Euro 285 Mio. im Jahr 2001 immer noch Marktführer in Deutschland. Die Mitbewerber wie die Firmen Ströer (ca. Euro 200 Mio.), awk und Decaux (je ca. Euro 150 Mio.) sowie Wall (ca. Euro 80 Mio.) haben allerdings insbesondere durch Firmenkäufe und Zugewinn von Werbenutzungsverträgen umsatzmäßig stark aufgeholt.

2. Beschlusslage

Vor dem Hintergrund der Veränderungen im Außenwerbemarkt hat die Gesellschafterversammlung in ihrer Sitzung am 26. Juni 2002 beschlossen, die Chancen und Risiken einer Öffnung der Gesellschaft für den Eintritt eines Investors zu prüfen sowie zu untersuchen, welche Maßnahmen erforderlich sind, um die marktführende Stellung ohne Veräußerungen von Geschäftsanteilen zu erhalten und ggf. die für eine Öffnung der DSM für Privatunternehmen notwendigen Änderungen des Gesellschaftsvertrags vorzunehmen.

Zur Koordination der Gesellschafterinteressen in diesem Prozess wurde ein „Arbeitskreis Strategieempfehlung“ gegründet, in dem alle 28 Gesellschafter vertreten sind. Zur Vorbereitung der Beschlüsse des Arbeitskreises wurde ein Unterausschuss (Steuerkreis) aus den Städten Bochum, Essen, Frankfurt am Main, Gelsenkirchen, Hagen, Hannover, Kassel, Leipzig, Mainz und München gebildet. Die Gesellschafter haben sich darauf geeinigt, die Federführung in den Gremien der Stadt Frankfurt am Main zu übertragen.

3. Gründe für die Veräußerung

Der „Arbeitskreis Strategieempfehlung“ der Gesellschafter beauftragte am 13. August 2002 die Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers Corporate Finance Beratung GmbH (PwC CF) mit der Analyse strategischer Handlungsmöglichkeiten der Gesellschafter der DSM. PwC CF kommt zu dem Ergebnis, dass ein Verkauf der Geschäftsanteile für die Gesellschafter sinnvoll ist. Eine Stand-alone-Lösung würde –

auch bei Vornahme notwendiger Restrukturierungen – langfristig die dominante Marktstellung der DSM und damit die Ertragssituation der Gesellschafter gefährden. Das Ergebnis der Untersuchung von PwC CF wird wie folgt zusammengefasst:

Die DSM ist, gemessen am Umsatz, bislang Marktführer im Bereich der Außenwerbung in Deutschland. Allerdings hat der Abstand zu den Hauptwettbewerbern in den letzten Jahren kontinuierlich abgenommen, da die Konkurrenten der DSM andere Wettbewerber aufgekauft oder sich aufgrund ihrer Kapitalkraft bei Ausschreibungen gegenüber der DSM durchgesetzt haben.

Der Anteil der Außenwerbung am Werbemarkt in Deutschland betrug im Jahr 2001 3,5 %. Im Vergleich zu anderen Werbemedien wie bspw. Fernsehen, Zeitschriften oder Anzeigenblättern spielt die Außenwerbung in Deutschland derzeit nur eine untergeordnete Rolle. Im internationalen Vergleich beträgt der Anteil der Außenwerbung durchschnittlich 5,7 %. Es ist zu erwarten, dass sich der Anteil der Außenwerbung in Deutschland auf ein vergleichbares Niveau steigern wird. Dadurch bestehen für die Zukunft Wachstumspotenziale, an denen die DSM im Wesentlichen aufgrund bestehender finanzieller Restriktionen und wegen ihrer Gesellschafterstruktur nur begrenzt partizipieren können.

Die finanziellen Restriktionen der DSM ergeben sich zunächst aus den rückläufigen Ergebnissen der letzten Jahre in Verbindung mit einer geringen Thesaurierungsquote. Die Möglichkeiten einer Innenfinanzierung sind aus diesem Grund stark beschränkt. Gleichzeitig haben die Ergebnisse der letzten Jahre auch Wechselwirkungen mit der Außenfinanzierung. Die begrenzten Eigenmittel führen zu Restriktionen bei der Aufnahme von Fremdkapital. Da zudem Kapitalerhöhungen durch die Gesellschafter realistischere aus Gründen der mangelnden finanziellen Leistungsfähigkeit der Kommunen nicht zu erwarten sind, würde die DSM mit ihrem derzeitigen Gesellschafterkreis bestehende Wachstumspotenziale nicht ausnutzen können.

Die Struktur der DSM mit 28 Rechnungslegungseinheiten als Profit Center und den entsprechenden Entscheidungsgremien erschwert darüber hinaus ein freies Handeln am Markt; dies ist ein wichtiger Wettbewerbsnachteil gegenüber der flexibleren Konkurrenz.

Zudem verfügt die DSM nicht über den wichtigen Vertriebskanal verbündeter Spezialmittler, während die Hauptwettbewerber Kooperationen mit großen Spezialmittlern eingegangen sind (Spezialmittler fungieren auf dem deutschen Markt

als Makler zwischen Werbeagenturen und den Außenwerbeunternehmen und ermöglichen so, nationale Werbekampagnen zu schalten).

Ein Investor könnte die DSM unter Ausnutzung von Synergieeffekten und durch Bereitstellung von Kapital besser im deutschen Außenwerbungsmarkt positionieren. Dies erscheint notwendig, da sich der Markt für Außenwerbung in Deutschland in den nächsten Jahren weiter verändern wird. Unternehmenszusammenschlüsse sind wahrscheinlich.

Der Zeitpunkt ist daher günstig, als "first mover" das Wachstumspotenzial der DSM durch eine neue Eigentümerstruktur zu heben und durch einen Verkauf eine hohe strategische Prämie zu realisieren. Nach Einschätzung von PwC CF wird der nach heutigem Kenntnisstand potenziell zu erzielende Kaufpreisanteil der Stadt Wuppertal die aktuellen kapitalisierten Dividendenzahlungen deutlich übersteigen. Diese Einschätzung wird durch einen von Sal. Oppenheim jr. & Cie. KGaA (Sal. Oppenheim) im Sommer 2002 durchgeführten Markttest und die daraus resultierenden indikativen Kaufangebote bestätigt. Deshalb ist die Veräußerung der Geschäftsanteile der Stadt Wuppertal an der DSM wirtschaftlich sinnvoll. Dies gilt erst recht, wenn man die o.g. Risiken für die zukünftige Ertragssituation der DSM berücksichtigt. Die Veräußerung der Geschäftsanteile trägt damit auch langfristig dazu bei, die Existenz der DSM zu sichern.

4. Ermittlung des Kaufpreisanteils

Auf der Grundlage der Handlungsempfehlungen von PwC CF hat der „Arbeitskreis Strategieempfehlung“ am 17. Oktober 2002 beschlossen, den Gesellschaftern eine vollständige Veräußerung der Geschäftsanteile an der DSM zu empfehlen. PwC CF wurde beauftragt, einen Verteilungsschlüssel für den Veräußerungserlös zu entwickeln. Dem von PwC CF vorgelegten Kaufpreisverteilungsschlüssel liegen die folgenden Überlegungen zu Grunde:

Der Wert des Geschäftsanteils eines jeden Gesellschafters wird angesichts der gesellschaftsvertraglich vereinbarten Gewinnverteilung nicht nur durch den Kapitalanteil, sondern auch durch die Ertragskraft der Geschäftsstelle des jeweiligen Gesellschafters bestimmt. Nach den Regelungen des Gesellschaftsvertrags erhalten die Gesellschafter die Gewinne ihrer Geschäftsstelle zu 100% und die Gewinne der Zentrale nach ihrer Kapitalquote. Bei einer Liquidation sind die Vermögenswerte der Geschäftsstelle und der Zentrale ebenso zu verteilen. Der Kaufpreis kann deshalb nicht ausschließlich nach Kapitalanteilen, wie sonst üblich, verteilt werden. Vielmehr ist

eine starke Gewichtung auch der künftigen Ertragskraft der Geschäftsstelle des jeweiligen Gesellschafters zuzumessen. Die Höhe des Kaufpreisanteils für den jeweiligen Gesellschafter ist daher aus Kapitalanteil und Ertragskraft abzuleiten.

Auf dieser Basis hat PwC CF unter Anwendung der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Methodik einen Schlüssel zur Verteilung des Kaufpreises entworfen. Dieser Kaufpreisverteilungsschlüssel sieht folgende Gewichtung vor: 60 % nach Gewinnanteil und 40 % nach Kapitalquote. Grundlage für die Wahl der Gewichtung bildete die schematische Zerlegung eines zu erzielenden Kaufpreises in seine einzelnen Bestandteile. Danach wurden die Kaufpreisbestandteile Ertragskraft, Ertragspotenzial, Immobilienonderwerte und strategische Prämie identifiziert. PwC CF hat die Kaufpreisbestandteile gesondert quantifiziert und ins Verhältnis gesetzt.

Ausschlaggebend für die Aufteilung der 60 % nach Gewinnanteil auf die einzelnen Gesellschafter waren die Barwerte der prognostizierten Jahresergebnisse der Geschäftsstellen und der Zentrale, ermittelt nach der allgemein als Bewertungsmethode anerkannten Discounted Cashflow-Methode. Die Höhe der Jahresergebnisse hängt wesentlich von der Ausgestaltung der Pachtverträge ab. Die Auswirkungen von unterschiedlichen Laufzeiten und Pachtniveaus der Pachtverträge wurden berücksichtigt. Verträge mit langer Restlaufzeit und – gemessen am Marktniveau – relativ geringeren Pachthöhen sind für die DSM und den Erwerber wertvoller und erhöhen dementsprechend den Kaufpreisanteil des jeweiligen Gesellschafters im Verhältnis zu Gesellschaftern mit Pachtverträgen, die eine kürzere Restlaufzeit oder höhere Pachtzinsen haben.

Erträge aus Pachtverträgen, die die DSM mit Städten abgeschlossen hat, die nicht Gesellschafter der DSM sind, wurden den einzelnen Geschäftsstellen wie folgt zugeordnet:

- a) zu den Geschäftsstellen entsprechend der derzeitigen Zuordnung;
- b) vollständig zur Zentrale und Verteilung auf die Gesellschafter nach Kapitalanteilen.

Die Ergebnisse der beiden Varianten a) und b) wurden errechnet und zu je 50% gewichtet in den Schlüssel einbezogen.

Der Anteil am Kaufpreisverteilungsschlüssel beträgt damit für die Stadt Wuppertal 1,21 %.

Der auf die einzelnen Gesellschafter entfallende prozentuale Anteil ist aus **Anlage 3** ersichtlich.

Dem Kaufpreisverteilungsschlüssel mit dem in Anlage 3 dargestellten Inhalt liegen vier wesentliche Annahmen zugrunde:

1. Alle 28 Gesellschafter verkaufen ihre gesamten Geschäftsanteile, also 100 % des Stammkapitals.
2. Die neun Gesellschafter, deren Hauptpachtverträge an den Gesellschafterstatus gekoppelt sind bzw. denen im Fall ihres Ausscheidens aus der DSM ein Sonderkündigungsrecht zusteht (Darmstadt, Essen, Gelsenkirchen, Kassel, Kiel, Mainz, Mönchengladbach, Osnabrück, Solingen und Wiesbaden), verlängern die Verträge bis 31. Dezember 2008 bzw. machen von dem ihnen eingeräumten Sonderkündigungsrecht keinen Gebrauch.
3. Gesellschafter, deren örtliche Geschäftsstellen einen negativen Discounted Cashflow-Wert aufweisen, erklären sich bereit, gemäß § 20 Abs. 5 des Gesellschaftsvertrags der DSM einer Absenkung des Pachtzinses zuzustimmen, sodass der Discounted Cashflow-Wert ihrer örtlichen Geschäftsstellen Null beträgt.
4. Der in den Bilanzen der örtlichen Geschäftsstellen für die Geschäftsjahre 2002 und 2003 ausgewiesene Verlust (Jahresfehlbetrag zuzüglich Verlustvortrag abzüglich Gewinnvortrag) wird ausgeglichen.

Treffen eine oder mehrere dieser Annahmen nicht zu, verringert sich für den betreffenden Gesellschafter dessen Anteil am Kaufpreisverteilungsschlüssel (vgl. insoweit Ziffern 11. und 14. des Konsortialvertrags).

Hintergrund der Verringerung für den Fall, dass ein Pachtvertrag mit Ausscheiden eines Gesellschafters aus der DSM endet, ist, dass der Kaufpreis für die zu veräußernden DSM-Geschäftsanteile eine strategische Prämie enthalten wird. Diese Prämie wird für die vom Investor zu nutzenden Pachtverträge gezahlt. Würde nun ein Pachtvertrag mit Übertragung der DSM-Geschäftsanteile wegfallen, würde sich die strategische Prämie reduzieren und der Kaufpreis würde sinken. Da sich dies ausschließlich im Risikobereich des Gesellschafters abspielen würde, dessen Pachtvertrag endet, wäre die Kaufpreisreduzierung von diesem Gesellschafter zu

tragen. Um dies zu erreichen, müsste der Kaufpreisanteil dieses Gesellschafters verringert werden. Entsprechend würde sich der Kaufpreisanteil aller übrigen Gesellschafter erhöhen.

Dieselben Gründe liegen bei einem negativen Discounted Cashflow-Wert vor. Würde der negative Discounted Cashflow-Wert einer Geschäftsstelle nicht durch eine Pachtzinsabsenkung ausgeglichen, würde sich dies kaufpreismindernd auswirken, da der Investor die künftigen Verluste dieser Geschäftsstelle zu tragen hätte. Auch in diesem Fall müsste der Kaufpreisanteil des Gesellschafters verringert werden, dessen Geschäftsstelle den negativen Discounted Cashflow-Wert aufweist. Denn diese Kaufpreisminderung ist ebenfalls allein von ihm zu verantworten. Entsprechend würde sich der Kaufpreisanteil aller übrigen Gesellschafter erhöhen. Der Kaufpreisanteil eines Gesellschafters, dessen Geschäftsstelle einen negativen Discounted Cashflow-Wert aufweist, wird auch dann verringert, wenn die Geschäftsstelle in den Jahren nach dem Verkauf einen positiven Cashflow erwirtschaften sollte. Denn der Berechnung des Discounted Cashflow-Werts liegt lediglich eine Prognose des zukünftigen Cashflows einer Geschäftsstelle zugrunde, die sich naturgemäß nicht realisieren muss. Aus diesem Grund bleibt auch der Kaufpreisanteil eines Gesellschafters, dessen Geschäftsstelle einen positiven Discounted Cashflow-Wert aufweist, unverändert, wenn die Geschäftsstelle in den Jahren nach dem Verkauf einen noch positiveren Cashflow erwirtschaften sollte.

5. Veräußerungskonzept

Wichtigstes Ziel der Transaktion ist die Erzielung des höchstmöglichen Kaufpreises. Hierfür müssen zwei Voraussetzungen erfüllt sein. Zum einen muss das Auktionsverfahren für die Bieter transparent und kalkulierbar sein. Insbesondere muss für die Bieter feststehen, dass der ausgehandelte Kauf- und Abtretungsvertrag am Ende tatsächlich abgeschlossen wird und nicht unter dem Vorbehalt einer erneuten Zustimmung aller veräußernden Gesellschafter steht. Zum anderen muss das Auktionsverfahren den veräußernden Gesellschaftern schnelle und flexible Reaktionsmöglichkeiten eröffnen.

Außerdem ist es im Interesse der Gesellschafter, die über langjährige Verträge mit der DSM verbunden sind, den mit einem Scheitern des Verkaufsprozesses verbundenen Imageverlust und Schaden für die DSM am Markt zu vermeiden.

Die vorgenannten Ziele können nur erreicht werden, wenn der Rat in diesem Beschluss abschließend über die Veräußerung der Geschäftsanteile der Stadt

Wuppertal und die Rahmendaten dieser Veräußerung entscheidet. Diese sehen folgendermaßen aus:

- a) Um die im Auktionsverfahren notwendigen schnellen und flexiblen Reaktionen zu gewährleisten, bevollmächtigen die Gesellschafter einen Verhandlungsführer mit der Durchführung der Veräußerung. Zum Verhandlungsführer wird der jeweilige Stadtkämmerer der Stadt Frankfurt am Main bestellt. Der Verhandlungsführer ist jederzeit berechtigt, Untervollmacht an von ihm zu bestimmende Personen zu erteilen. Der Verhandlungsführer und die von ihm bevollmächtigten Personen werden von einem Verkaufsbeirat kontrolliert. Die Mitglieder des Verkaufsbeirats haben bei allen wesentlichen Entscheidungen einen Zustimmungsvorbehalt.
- b) Um ein transparentes Verfahren zu ermöglichen und eine Veräußerung der Geschäftsanteile zu ihrem vollen Wert sicherzustellen, wird ein Auktionsverfahren durchgeführt:
 - aa) Die Veräußerungsabsicht wird durch Veröffentlichung in einer europaweit erscheinenden Zeitung publiziert. Auf diese Weise werden Interessenten ermittelt. Außerdem werden bekannte Interessenten direkt angeschrieben. Aus dem Interessentenkreis wird eine Auswahl von Bietern getroffen, die unter anderem nach Umsatz und Finanzkraft geeignet sind, die Geschäftsanteile der Gesellschafter zu erwerben.
 - bb) In mehreren Stufen wird die Anzahl der Bieter nach Maßgabe von vorher bekannt gegebenen Kriterien sukzessive verringert. Mit den jeweils übrig bleibenden Bietern wird nach Maßgabe der vorher bekannt gegebenen Ausschluss- und Zuschlagskriterien über Details des Vertrags und über den Preis verhandelt. Die Kriterien werden jeweils vom Verhandlungsführer mit Zustimmung des Verkaufsbeirats festgelegt. Auf der Basis eines vom Verhandlungsführer vorformulierten Vertragsentwurfs werden die am Ende noch verbleibenden Bieter zur Abgabe eines letzten bindenden Angebots aufgerufen. Den Zuschlag erhält der Bieter, der das wirtschaftlich günstigste Angebot nach Maßgabe der vorher festgelegten Zuschlagskriterien bietet.
 - cc) Durch die Aufstellung dieser Verfahrensregelungen, die in der Vergangenheit in einer Vielzahl von Fällen angewendet wurden, ist sichergestellt, dass der volle Wert (Verkehrswert) für die DSM-Geschäftsanteile erzielt wird.

- dd) Ist keines der Angebote wirtschaftlich sinnvoll, wird der Verhandlungsführer kein Angebot annehmen.
- c) Die Gesellschafter leiten auf der Basis des Angebots, das den Zuschlag erhält, die erforderlichen kommunalaufsichtsrechtlichen Verfahren ein, soweit dies nicht bereits zuvor geschehen ist.
- d) Nach Abschluss der kommunalaufsichtsrechtlichen Verfahren nimmt der Verhandlungsführer das Angebot förmlich an.

6. Strukturierung des Veräußerungsprozesses

Zur Strukturierung des Veräußerungsprozesses sind dessen wesentliche Eckdaten in einem Konsortialvertrag (**Anlage 1**) niedergelegt, den die Gesellschafter miteinander abschließen. Er enthält insbesondere folgende Regelungen:

- a) Zweck des Konsortialvertrags ist die Förderung des Verkaufs der Geschäftsanteile der dem Vertrag beitretenden Gesellschafter bis hin zu einer Übertragung der Geschäftsanteile auf einen Investor. Durch die Regelungen des Konsortialvertrags wird sichergestellt, dass die Geschäftsanteile zum höchstmöglichen Kaufpreis veräußert werden.
- b) Mit Abschluss des Konsortialvertrags wird der jeweilige Stadtkämmerer der Stadt Frankfurt am Main bevollmächtigt, die Verhandlungen mit potenziellen Erwerbern zu führen sowie den Kauf- und Abtretungsvertrag nach Zustimmung des Verkaufsbeirats im Namen aller verkaufenden Gesellschafter zu unterzeichnen. Bereits mandatiert wurden PwC CF und Sal. Oppenheim, die den Verhandlungsführer beim Auktionsverfahren unterstützen sollen. Als rechtlicher Berater wurde die Sozietät Gleiss Lutz beauftragt. Der Verhandlungsführer ist jederzeit berechtigt, Untervollmacht an von ihm zu bestimmende Personen zu erteilen.
- c) Dem Verhandlungsführer wird der Verkaufsbeirat zur Seite gestellt. Dessen Aufgabe ist die Beratung und Überwachung des Verhandlungsführers.
- d) Der Verhandlungsführer ist verpflichtet, die verkaufenden Gesellschafter über den aktuellen Stand des Auktionsverfahrens in geeigneter Form zu unterrichten.

- e) Der Kaufpreisverteilungsschlüssel und seine Änderung für den Fall, dass einzelne Gesellschafter die dem Kaufpreisverteilungsschlüssel zugrundeliegenden Prämissen nicht erfüllen, wird wie oben beschrieben festgelegt.
- f) Das Auktionsverfahren wird wie oben beschrieben ausgestaltet.
- g) Die Zuschlagskriterien werden wie folgt festgelegt:
 - aa) Aus Gründen der Vergabesicherheit wird der absolute Kaufpreis als Ausgangspunkt empfohlen.
 - bb) Da die Gesellschafter im Hinblick auf die verkauften Geschäftsanteile Garantien, z. B. für die Existenz der zu verkaufenden Geschäftsanteile, die Freiheit von Belastungen der Geschäftsanteile, das Vorhandensein bestimmter Verträge, das Fehlen von Steuerrückständen, übernehmen, ist vom Kaufpreis der fachgerecht ermittelte Wert der von den Gesellschaftern abzugebenden Garantieerklärungen abzuziehen. Die Haftung der Gesellschafter aus den von ihnen abzugebenden Garantieerklärungen darf nicht höher sein als der Kaufpreis.
 - cc) Bei wirtschaftlich gleichwertigen Angeboten entscheidet das sozialverträglichere Angebot.
- h) Ist keines der Angebote wirtschaftlich sinnvoll, nimmt der Verhandlungsführer kein Angebot an.
- i) Der Konsortialvertrag wird nur dann wirksam, wenn die Gesellschafterversammlung die aus Anlage 2 ersichtlichen Änderungen des Gesellschaftsvertrags der DSM beschlossen hat und wenn der Konsortialvertrag von Gesellschaftern unterzeichnet wird, die zusammen über mindestens 75% des Stammkapitals der DSM verfügen. Voraussetzung für die Wirksamkeit des Konsortialvertrags ist jedoch nicht, dass er von Gesellschaftern unterzeichnet wird, die zusammen über die für die Änderung des Gesellschaftsvertrags der DSM erforderliche Mehrheit verfügen. Diese Mehrheit läge deutlich über 75% des Stammkapitals.
- j) Im Falle einer Veräußerung der DSM-Geschäftsanteile sollen die Gewinne der Geschäftsstellen und der Hauptstelle, soweit sie nicht im Rahmen der

Berechnung des Kaufpreisverteilungsschlüssels berücksichtigt sind, einschließlich des Geschäftsjahres 2003 voll an die Gesellschafter ausgeschüttet werden. Zu diesem Zweck werden die dem Konsortialvertrag beitretenden Gesellschafter in Anwendung der Grundsätze von § 20 Abs. 5 des Gesellschaftsvertrags der DSM verpflichtet, Verluste ihrer Geschäftsstellen auszugleichen. Zu diesem Zweck ist ein Gesellschafter, dessen Geschäftsstelle für das Geschäftsjahr 2003 einen Verlust (Jahresfehlbetrag zuzüglich evtl. vorgetragener Verluste abzüglich evtl. vorgetragener Gewinne) aufweist, verpflichtet, diesen Verlust durch eine Zahlung an die übrigen Gesellschafter auszugleichen.

7. Erläuterung der Rahmendaten des Kauf- und Abtretungsvertrags

Der den Bietern vorzulegende Kauf- und Abtretungsvertrag wird folgende Eckdaten enthalten:

- a) Gegenstand des Kauf- und Abtretungsvertrags werden die Geschäftsanteile der verkaufenden Gesellschafter sein. Das Gewinnbezugsrecht für die verkauften Geschäftsanteile wird für die Geschäftsjahre bis einschließlich 2003 den Verkäufern zustehen.
- b) Der Käufer stellt eine Sicherheit in Höhe der Kaufpreisforderung. Damit soll sichergestellt werden, dass der Käufer nach Wirksamwerden des Kauf- und Abtretungsvertrags den Kaufpreis tatsächlich zahlen kann.
- c) Die Verkäufer übernehmen im Hinblick auf die verkauften Geschäftsanteile Garantien. Der genaue Umfang der Garantien wird erst am Ende des Auktionsverfahrens feststehen. Die Garantien sind der Höhe nach auf den Kaufpreis zu begrenzen. Über die Garantien hinaus besteht keine Haftung der Verkäufer. Ziel der Verhandlungen mit potenziellen Investoren ist es, den Umfang der Garantien so gering wie möglich und die Verjährungsfrist so kurz wie möglich zu halten. Ein Teil des Kaufpreises wird zunächst auf ein Treuhandkonto überwiesen. Die Freigabe dieses Teilkaufpreises an die Verkäufer erfolgt, sobald feststeht, dass Haftungsansprüche des Käufers nicht oder nicht mehr bestehen.
- d) Bis zur Übertragung der Geschäftsanteile sind die Verkäufer verpflichtet, ihren Einfluss in der DSM so auszuüben, dass sich keine wesentlichen wirtschaftlich nachteiligen Veränderungen ergeben.

- e) Der Kauf- und Abtretungsvertrag wird als Angebot formuliert. Der Verhandlungsführer nimmt das Angebot nach Abschluss der erforderlichen kommunalaufsichtsrechtlichen Verfahren an.
- f) Der Verhandlungsführer zeigt den Verkauf der Geschäftsanteile bei den zuständigen Kartellbehörden an.

8. Erläuterung zu den Änderungen des Gesellschaftsvertrags der DSM

Durch die Änderung von § 1 Abs. 3 des Gesellschaftsvertrags werden die Voraussetzungen für eine Veräußerung von Geschäftsanteilen der DSM an einen Investor geschaffen; nach der derzeitigen Regelung kann nur eine Kommune oder ein von einer Kommune abhängiges Unternehmen Gesellschafter werden. Die vorgeschlagene Regelung soll zudem sicherstellen, dass nur ein neuer privater Gesellschafter aufgenommen werden kann. Eine völlige Aufhebung der Beschränkungen des § 1 Abs. 3 würde bedeuten, dass jeder Gesellschafter seinen Anteil auch ohne Beteiligung am Auktionsverfahren frei an einen Dritten veräußern könnte. Dies ist weder im Interesse der verkaufenden Gesellschafter noch im Interesse der DSM oder eines künftigen Investors.

Die zweite Gruppe von Änderungen betrifft die Bereinigung des Gesellschaftsvertrags um solche Regelungen, die wegen der besonderen Gesellschaftersituation bislang notwendig waren. Diese Regelungen werden im Falle einer Veräußerung von Geschäftsanteilen an einen Investor nicht mehr benötigt. Bis zu diesem Zeitpunkt sollen die Regelungen allerdings weiter gelten. Aus diesem Grund wird durch eine Anweisung an die Geschäftsführer sichergestellt, dass sie die Eintragung der Änderungen erst in zeitlicher Nähe zur Veräußerung beantragen.

Sollte es nicht zu einem Verkauf der Geschäftsanteile kommen, soll der Gesellschaftsvertrag wieder den Stand vom 16. Dezember 2002 bekommen. Aus diesem Grund ist vorgesehen, der Stadt Frankfurt am Main eine Vollmacht zu erteilen, die es ihr ermöglicht, einen entsprechenden Gesellschafterbeschluss zu fassen.

Darüber hinaus wird die Geschäftsführung angewiesen, die Ansprüche der Gesellschaft aus § 20 Abs. 5 des Gesellschaftsvertrags der DSM gegenüber denjenigen Gesellschaftern, die Vertragspartner des Konsortialvertrags werden, nicht geltend zu machen, da Ziffer 14. des Konsortialvertrags insoweit eine abschließende Regelung enthält.

Anlagen

Anlage 01 Konsortialvertrag zwischen den Gesellschafterstädten

Anlage 02 Beschlüsse in der Gesellschafterversammlung

Anlage 03 Kaufpreisverteilungsschlüssel