

LATHAM & WATKINS LLP

Landgericht Stuttgart
31. Kammer für Handelssachen
Urbanstraße 20
70182 Stuttgart

Abu Dhabi	Moskau
Barcelona	München
Boston	New Jersey
Brüssel	New York
Chicago	Orange County
Doha	Paris
Dubai	Peking
Düsseldorf	Riad
Frankfurt	Rom
Hamburg	San Diego
Hongkong	San Francisco
Houston	Shanghai
London	Silicon Valley
Los Angeles	Singapur
Madrid	Tokio
Mailand	Washington, D.C.

3. März 2015

Unser Zeichen: 041796-0008 DKO

31 O 29/10 KfH AktG

Dr. Scheller

In Sachen

**SdK Schutzgemeinschaft der
Kapitalanleger u.a.**

./.

Kalina International S.A.

/LATHAM & WATKINS LLP/

nimmt die Antragsgegnerin auf den Schriftsatz der Antragsteller zu 61 bis 64 (die „Antragsteller“) vom 15. April 2014 (der „Antragstellerschriftsatz“) wie folgt Stellung:

I. Planungsrechnung

1. Verhältnis zur mündlichen Verhandlung

Die Antragsteller (Antragstellerschriftsatz Tz. 1 f.) werfen der Antragsgegnerin zu Unrecht vor, ihnen das Vortragsrecht abschneiden zu wollen. Die Antragsgegnerin hat nur darauf hingewiesen, dass es merkwürdig ist, eine sachverständige Begutachtung zu verlangen, nachdem man es selbst trotz Anwesenheit in der mündlichen Verhand-

lung dort unterlassen hat, den dabei anwesenden sachverständigen und gerichtlich bestellten Übertragungsprüfer zu diesen Themen zu befragen.

2. Relaunch-Kosten

Die Antragsteller (Antragstellerschriftsatz Tz. 4 ff.) überspannen bei Weitem die Anforderungen an den Vortrag der Antragsgegnerin:

Abstrakt ist der Hinweis auf § 327b Abs. 1 Satz 2 AktG verfehlt, der nur in der Vorbereitung eines Squeeze-outs gilt. Im konkreten Fall ist zu bemerken, dass die Antragsgegnerin ihre Beteiligung an der Dr. Scheller Cosmetics AG schon im Jahr 2010 verkauft hat. Die Käuferin hat die Dr. Scheller Cosmetics AG dann mit Wirkung zum 1. Juli 2011 auf eine ihrer Konzerngesellschaften, die Coty Germany GmbH, verschmolzen. Die an der damaligen Unternehmensplanung beteiligten Organmitglieder und Mitarbeiter arbeiten dort nicht mehr und sind daher nicht mehr verfügbar. Gleiches gilt für die damaligen Repräsentanten der Antragsgegnerin. Auch die Antragsgegnerin kann sich daher nur auf Aufzeichnung aus der damaligen Zeit stützen.

Selbst wenn das anders wäre, könnte die Aussage nicht getroffen werden, „für welche Produkte oder Produktgruppen“ mit Relaunch-Kosten zu rechnen war (so aber Antragstellerschriftsatz Tz. 6 f.). Der Kosmetikbereich ist stark modischen Strömungen unterworfen. Daher sind Kosten für Neupositionierungen bestimmter Marken und/oder Produkte völlig normal. Sie müssen immer dann vorgenommen werden, wenn die Zugkraft einer Marke und/oder eines Produkts nachlässt und daher durch einen neuen Anstrich aufgefrischt werden muss. Diese Modeströmungen sind allerdings nur sehr schwer vorhersagbar, so dass eine auf einzelne Marken oder Produkte bezogene detaillierte Planung für mehrere Jahre nicht möglich ist. Daher ist es nicht nur zulässig, sondern auch sachgerecht, mit Durchschnittswerten für solche Kosten zu arbeiten. Diese Aussage ist ein substantiiertes Vortrag, der sich außerdem durch eine augenscheinliche Plausibilität auszeichnet. Die Antragsteller haben nichts vorgetragen, was diese Plausibilität in Zweifel ziehen könnte. Damit ist auch zugleich erklärt, warum das Jahr 2007 ein nicht repräsentatives Ausnahmejahr war, wenn in ihm keine solche Kosten entstanden. Würde man dieses Jahr, wie von den Antragstellern vertreten, verallgemeinern, käme man zu einer Unternehmensplanung ohne jegliche Re-

launch-Kosten, was in einem modeabhängigen Geschäft wie der Kosmetik völlig lebensfremd ist.

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass sich auf S. 41 des Bewertungsgutachtens sehr wohl Bereinigungen für das Projekt Smart Beauty finden (z.B. Kosten einer außerordentlichen Hauptversammlung etc.), soweit mit solchen Kosten in der Zukunft eben nicht mehr zu rechnen ist. Selbst wenn man den Antragstellern folgen wollte, handelt es sich hier nur um ein Jahr der Vergangenheitsanalyse, so dass auch die behauptete Bereinigung nicht die Angemessenheit der aus der Zukunftsplanung hergeleiteten Ertragsplanung in Zweifel ziehen könnte.

3. Irrelevanz des Zeitungsberichts

Der als Anlage ASt 4 vorgelegte Zeitungsbericht ist schon inhaltlich unergiebig. Der Vorstand sagt darin nur, man werde neue Partner suchen mit dem Ziel, dadurch den Umsatz zu erhöhen. Eine solche Absicht und Hoffnung ist aber noch lange keine Unternehmensplanung, auf die man eine Bewertung stützen könnte, da das Vorhaben dazu noch viel zu unkonkret war.

Die Antragsteller räumen selbst ein, dass der Zeitungsbericht vier Monate nach dem Bewertungsstichtag datiert und wollen dies nun damit relativieren, dass sie mit Nichtwissen bestreiten, dass die entsprechenden Angaben gegenüber der Zeitung so spät gemacht wurden. Die Antragsgegnerin weiß ebenfalls nicht, wann diese Äußerungen gemacht wurden (zum Informationsstand der Antragsgegnerin vorstehend unter 2.). Es widerspricht allerdings jeder Lebenserfahrung, dass dies ganze vier (!) Monate vor Erscheinen des Berichts geschehen sein sollte.

Die Antragsteller tragen selbst nicht einmal substantiiert vor, dass der von ihnen behauptete Sachverhalt schon zum Bewertungsstichtag angelegt gewesen sei. Das ist gerade nicht der Fall, was sich an folgendem zeigt: Der zum Bewertungsstichtag amtierende Alleinvorstand, Herr Reinhold Schlensock, war zum Jahresende 2009 und damit fast vier Monate vor dem Erscheinen des Interviews aus dem Unternehmen ausgeschieden und durch Herrn Thomas Wenzel als neuem Alleinvorstand ersetzt worden. Das geht schon aus dem von den Antragstellern selbst vorgelegten Zeitungsbericht hervor. Es ist dann auch Herr Wenzel, der mit seinen persönlichen Plänen in dem Zei-

tungsbericht zitiert wird und nicht Herr Schlensok, dessen Pläne das gerade nicht waren. Daraus folgt denklogisch auch, dass der behauptete Umstand, der ohnehin nicht einmal konkret genug wäre, zum Bewertungsstichtag noch nicht angelegt war.

4. Entwicklung der Umsatzkosten

Der Hinweis auf verschiedene Segmente mit unterschiedlichen Deckungsbeiträgen ist keine „Nebelkerze“ (so aber Antragstellerschriftsatz Tz. 11). Es geht auch nicht an, dass die Antragsteller jeden ihnen nicht genehmen Vortrag als irrelevant und damit ihren eigenen Vortrag als unstreitig bezeichnen.

Dabei ist der Hinweis auf unterschiedliche Deckungsbeiträge wirtschaftlich eigentlich leicht nachvollziehbar: Es geht darum, dass die Gesellschaft ganz unterschiedliche Produkte mit ganz unterschiedlichen Kostenquoten (und damit Deckungsbeiträgen) in ihrem Sortiment hatte. Daher stellte die Planung auch auf die Ebene der einzelnen Produkte ab. Die Antragsteller haben dagegen nur eine unsubstantiierte Rüge auf Konzernebene erhoben und sich darauf bezogen, dass die Kostensteigerung des Lohnfertigungsvertrages geringer sei als die geplante Kostenerhöhung. Das spricht aber nicht gegen die Plausibilität der Kostenplanung, da diese niemals behauptete, dass die Kostensteigerungen nur auf diesem Effekt beruhten.

II. Kapitalisierungszinssatz

Die Angriffe gegen den Kapitalisierungszinssatz sind verfehlt. Die Festsetzungen der Antragsgegnerin stimmen in allen wesentlichen Punkten mit der einschlägigen Entscheidung des OLG Stuttgart überein. Wir verweisen hierfür noch einmal auf die in unserem Schriftsatz vom 18. Februar 2014 zitierte Aesculap-Entscheidung des OLG Stuttgart, die sich ebenfalls auf einen Bewertungsstichtag im Dezember 2009 bezieht.

1. Korrekter Basiszinssatzes

Das OLG Stuttgart hat in der Aesculap-Entscheidung (S. 32) einen Basiszinssatz von 3,13 % nach Steuern, der auch vorliegend verwendet wurde, für richtig befunden. Damit kommt es auf die im Antragstellerschriftsatz (Tz. 13 f.) thematisierte Rundungsfrage vor Steuern gar nicht mehr an. Das Vorgehen der Antragsgegnerin entspricht außerdem der Expertenmeinung des IDW.

2. Marktrisikoprämie

Auch hier hat das OLG Stuttgart in der Aesculap-Entscheidung (S. 34 f.) die diesseits verwendete Marktrisikoprämie von 4,5 % für zulässig erachtet und sich dabei auch schon mit den Einwänden der Antragssteller zum Thema Haltedauer (Antragstellerschriftsatz Tz. 16 ff.) auseinandergesetzt und diese verworfen. Dem ist nichts hinzuzufügen, außer dass es auch der gesetzlichen Wertung in § 203 BewG entspricht. Die Auswertung des Antragstellers zu 61. zu anderen Bewertungsstichtagen sind aufgrund des Stichtagsprinzips ohnehin irrelevant.

3. Wachstumsabschlag

Die Antragsteller verschließen sich hartnäckig der Erkenntnis, dass die Antragsgegnerin kein Wachstum der Gesellschaft unterhalb der Inflationsrate angenommen hat, das zu einem Schrumpfen des Unternehmens führen würde (Antragstellerschriftsatz Tz. 19).

Es sei daher noch einmal wiederholt, dass ein Wachstumsabschlag von 0% bedeutet, dass die Kostensteigerungen in vollem Umfang weitergegeben werden können, nur wachsen die Erträge nicht zusätzlich. Demgegenüber bedeutet ein Wachstumsabschlag von größer als 0% (z.B. 1,0%), dass nicht nur alle Kostensteigerungen in den Umsätzen weitergegeben werden können, sondern darüber hinaus Umsatzerhöhungen durchgesetzt werden können. Auch dies hat das OLG Stuttgart in der Aesculap-Entscheidung (S. 40) zutreffend festgestellt.



Dirk Kocher
LATHAM & WATKINS LLP