

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage	V
Vorwort zur 1. Auflage	VI
Beiträge weiterer Autoren	XI
Fallbeispielverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
Literaturverzeichnis	XXIII
1. Einführung	1
1.1. Klein- und Mittelunternehmen	1
1.2. Der Markt im deutschsprachigen Raum	4
1.2.1. Deutschland	5
1.2.2. Österreich	8
1.2.3. Schweiz	11
1.3. Definitionen und Abgrenzungen	12
1.3.1. Begriffe	12
1.3.2. Unternehmensnachfolge innerhalb der Familie	16
1.3.3. Betriebsübergabe, Betriebsübernahme	21
1.3.4. Mergers & Acquisitions	22
1.4. Transaktionsprozess	25
1.4.1. Übergabeprozess	27
1.4.2. Übernahmeprozess	28
2. Strategie	31
2.1. Motive	33
2.2. Ist-Analyse	35
2.3. Alternativen zur Übergabe/Übernahme	38
2.4. Ziel	41
2.5. Definition der konkreten Strategie	42
2.6. Transaktionskriterien	47
2.7. Finden von potenziellen Übergebern und Übernehmern	49
2.7.1. Sicht des Übergebers	50
2.7.2. Sicht des Übernehmers	52

2.8.	Sammlung von Informationen über den Übernehmer bzw das Zielunternehmen	53
2.8.1.	Sicht des Übergebers	53
2.8.2.	Sicht des Übernehmers	53
2.9.	Berater	54
2.10.	Die Sicht des Übergebers und die Sicht des Übernehmers	55
2.11.	Übergang in die Planungsphase	57
3.	Planung	58
3.1.	Unternehmensanalyse	58
3.2.	Businessplan	63
3.2.1.	Der Businessplan aus der Sicht des Übergebers	64
3.2.2.	Der Businessplan aus der Sicht des Übernehmers	67
3.3.	Unternehmensbeschreibung	68
3.3.1.	Unternehmenspräsentation	68
3.3.2.	Kurzdarstellung des Betriebes	69
3.3.3.	Informationsmemorandum	69
3.4.	Unternehmensbewertung	71
3.4.1.	Allgemeine Informationen	72
3.4.1.1.	Was macht den Wert eines Unternehmens aus?	72
3.4.1.2.	Gibt es den „richtigen“ Unternehmenswert?	73
3.4.1.3.	Wert und Preis	75
3.4.1.4.	Zentrale Grundprinzipien in der Unternehmensbewertung	76
3.4.1.4.1.	Zukunftsorientierung	76
3.4.1.4.2.	Nicht-Gültigkeit des unternehmensrechtlichen Vorsichtsprinzips	77
3.4.1.4.3.	Aufrechte Going-Concern-Prämisse	77
3.4.1.4.4.	Stichtagsprinzip/Wurzeltheorie	77
3.4.2.	Der Geschäftsplan	78
3.4.2.1.	Zentrale Bewertungsunterlage	78
3.4.2.2.	Ermittlung normalisierter Ergebnisse	79
3.4.2.3.	Anforderungen an eine Planungsrechnung	79
3.4.2.4.	Länge der Detailplanungsphase und Phasen-Modell	81
3.4.3.	Diskontierung der finanziellen Überschüsse	82
3.4.3.1.	Grundlagen	82
3.4.3.2.	Komponenten des Eigenkapitalkostensatzes	83
3.4.3.3.	Mischzinssatz/WACC	84
3.4.4.	Bewertungsverfahren	85
3.4.4.1.	Ein erster Überblick	85
3.4.4.2.	Substanzwertorientierte Verfahren	87
3.4.4.2.1.	Substanzwertverfahren	87
3.4.4.2.2.	Liquidationswert	88
3.4.4.3.	Ertragswertorientierte Verfahren	89

3.4.4.3.1.	Ertragswertverfahren	89
3.4.4.3.2.	Discounted-Cashflow-Methoden	92
3.4.4.4.	Vergleichswertorientierte Verfahren	96
3.4.4.4.1.	Konzeption im Überblick und elementare Voraussetzungen	96
3.4.4.4.2.	Funktionsweise im Detail	97
3.4.4.4.3.	Quellen für Multiplikatoren	98
3.4.4.5.	Würdigung der Bewertungsverfahren	98
3.4.4.5.1.	Substanzwertorientierte Verfahren	99
3.4.4.5.2.	Ertragswertorientierte Verfahren	100
3.4.4.5.3.	Vergleichswertorientierte Verfahren	101
3.5.	Erster Kontakt zwischen Übergeber und Übernehmer	102
3.6.	Führung, Koordination und Organisation	105
3.7.	Interne Kommunikation einer beabsichtigten Transaktion	106
3.8.	Vertraulichkeitserklärung	108
3.9.	Transaktionsstruktur	109
3.10.	Interessenbekundung	110
4.	Durchführung	113
4.1.	Due Diligence	113
4.1.1.	Begriff und Zielsetzungen	113
4.1.2.	Abgrenzung zur Jahresabschlussprüfung	115
4.1.3.	Erhebungsschwerpunkte	115
4.1.3.1.	Financial Due Diligence („Finanzen“)	116
4.1.3.2.	Legal Due Diligence („Recht“)	118
4.1.3.3.	Tax Due Diligence („Steuern“)	118
4.1.3.4.	Technical Due Diligence („Technik“)	119
4.1.3.5.	Weitere Arten von Due-Diligence-Untersuchungen	119
4.1.4.	Durchführung von Due-Diligence-Untersuchungen	120
4.1.4.1.	Wer soll die Erhebungen vornehmen?	120
4.1.4.2.	Organisation einer Due Diligence	121
4.1.4.3.	Intensität einer Due Diligence	126
4.1.4.4.	Berichtswesen und Informationsweitergabe	126
4.1.5.	Zusammenfassung der zentralen Aufgabenstellungen einer Due Diligence	127
4.1.5.1.	Aus der Sicht des Verkäufers	128
4.1.5.2.	Aus der Sicht des Käufers	128
4.2.	Kontakte und Konflikte zwischen den beiden Parteien	128
4.3.	Führung von Verhandlungen	129
4.4.	Kauf- und Verkaufspreis	135
4.5.	Kauf- und Kaufvertrag	139
4.6.	Abschluss der Transaktion	142
4.7.	Interne Kommunikation einer abgeschlossenen Transaktion	143
4.8.	Externe Kommunikation einer abgeschlossenen Transaktion	145

5. Transformation	147
5.1. Schlüsselübergabe	149
5.2. Merger-Syndrom	151
5.3. Personelle Entscheidungen	155
5.4. Unternehmenskultur	155
5.5. Integrationsprinzipien	157
5.6. Faktor Mensch	159
5.7. Die fünf „V“ von Huber	160
5.8. Unterstützung durch den Übergeber	162
5.8.1. Kurzfristige Unterstützung durch den Übergeber	162
5.8.2. Längerfristige Unterstützung durch den Übergeber	163
5.9. Gespräche mit Kunden und Lieferanten	163
5.10. Das Loslassen des Übergebers	165
5.10.1. Der erste Schritt zum Loslassen	166
5.10.2. Der zweite Schritt zum Loslassen	167
5.10.3. Der dritte Schritt zum Loslassen	167
5.11. Führung	168
5.12. Neue Vision	168
6. Zusammenfassung und Leitfaden	171
6.1. Die wichtigsten Schritte für den Übergeber	171
6.2. Die wichtigsten Schritte für den Übernehmer	172
Stichwortverzeichnis	175