

Inhalt

Vorwort	7
Zusammenfassung	9
1 Einleitung	11
2 Carve-outs	15
2.1 Definition und Wirkungsspektrum von Carve-outs	15
2.2 Carve-out-Varianten	18
2.3 Herausforderungen	20
2.4 Erfolgsdeterminanten von Carve-outs	22
2.5 Vorbereitende Überlegungen	23
2.5.1 Carve-out-Projektmanagement	26
2.5.2 Finanz- und Rechnungswesen	27
2.5.3 Controlling	29
2.5.4 Personalmanagement	30
2.5.5 Informations- und Kommunikationstechnik (IKT)	32
2.5.6 Produktion	34
2.5.7 Einkauf	34
2.5.8 Vertrieb und Marketing	35
2.5.9 Zertifizierungen und Genehmigungen	36
2.5.10 Recht	37
2.5.11 Steuern	41
2.5.12 Versicherungen	42
2.5.13 Immobilien/Standorte	42
2.6 Carve-out: Geschäftsmodell zur Unternehmenswertsteigerung	43
2.6.1 Steigerung des Unternehmenswertes durch Business Transformation	43
2.6.2 Beratungs-/Umsetzungsunterstützung	44
3 Mergers and Acquisitions (M & A)	45
3.1 Ablauf der Transaktion	45
3.1.1 Transaktionsvorbereitung	46
3.1.2 Interessentenansprache	47
3.1.3 Due Diligence	48
3.1.4 Verhandlung	49
3.2 Alternative durch Bieterverfahren	49
3.3 Unternehmensbewertung	51

3.3.1	Berechnung des Stand-alone-Wertes	51
3.3.2	Berücksichtigung der Synergie- und Restrukturierungspotentiale	52
3.4	Mängel und Gewährleistungen	55
3.5	Strategischer Käufer vs. Finanzinvestor	56
3.6	Typische Fehler bei Unternehmensverkäufen	56
4	Post Merger Integration	59
4.1	Definition und Wirkungsspektrum einer PMI	59
4.2	PMI-Varianten und Festlegung des Integrationsansatzes	59
4.3	Herausforderungen	61
4.4	Erfolgsdeterminanten einer PMI	64
4.5	Vorbereitende Überlegungen	67
4.5.1	PMI-Projektmanagement	67
4.5.2	Finanz- und Rechnungswesen	70
4.5.3	Controlling	73
4.5.4	Personalmanagement	74
4.5.5	Informations- und Kommunikationstechnik (IKT)	75
4.5.6	Produktion	79
4.5.7	Einkauf	80
4.5.8	Vertrieb und Marketing	83
4.5.9	Zertifizierungen und Genehmigungen	85
4.5.10	Recht	86
4.5.11	Steuern	86
4.5.12	Versicherungen	86
4.5.13	Immobilien/Standorte	86
4.6	PMI: Geschäftsmodell zur Unternehmenswertsteigerung	87
5	Fallstudien	91
5.1	Fallstudie Carve-out	91
5.1.1	Vorbereitungen	91
5.1.2	Analyse- und Verkaufsprozess	93
5.2	Fallstudie Post Merger Integration (PMI)	98
5.2.1	Organisation	99
5.2.2	Support-Prozesse	100
5.2.3	Operations	100
5.2.4	Vertrieb/Marketing	101
	Stichwortverzeichnis	103
	Literaturverzeichnis	107
	SEViX-Geschäftsmodell: Business Transformation	109
	Die Autoren	115