

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	IX
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XIII
TABELLENVERZEICHNIS.....	XV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	XVII
ANHANGSVERZEICHNIS.....	XIX
1. Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Forschungsstand und Forschungsbedarf.....	4
1.3 Fragestellung und Forschungskonzeption	6
1.4 Aufbau der Arbeit	8
2. Grundlagen Informationsmanagement und M&A.....	11
2.1 Informationsmanagement	11
2.1.1 Begriffsabgrenzung und Einordnung.....	11
2.1.2 Gegenstandsbereiche	14
2.1.2.1 Information und Informationsfunktion	14
2.1.2.2 Informationssystem und Informationsinfrastruktur	16
2.1.3 Ziele und Aufgaben	22
2.1.4 Ansätze und Methoden	24
2.2 Mergers & Acquisitions.....	28
2.2.1 Begriffsabgrenzung und Einordnung.....	28
2.2.2 Systematisierungskriterien.....	34
2.2.2.1 Leistungswirtschaftlicher Zusammenhang	36
2.2.2.2 Erwerbsform	39
2.2.2.3 Zustimmungsbereitschaft.....	41
2.2.3 Motive und Ziele.....	42

2.2.3.1 Strategieorientierte Motive	44
2.2.3.2 Kapitalorientierte Motive.....	48
2.2.3.3 Managementorientierte Motive.....	49
2.3 Zusammenfassung	51
3. Informationsmanagement im M&A-Prozess	53
3.1 M&A-Prozess	53
3.2 Pre-Merger-Phase	55
3.2.1 Strategische Analyse- und Konzeptionsphase	56
3.2.1.1 Analyse der Ausgangssituation.....	56
3.2.1.2 Strategieentwicklung	57
3.2.1.3 M&A-Plan und Anforderungsprofil	58
3.2.1.4 Alternativensuche und Selektionsprozess.....	59
3.2.2 Transaktionsphase.....	60
3.2.2.1 Kontaktaufnahme.....	61
3.2.2.2 Due Diligence	62
3.2.2.3 Unternehmensbewertung und Kaufpreisermittlung.....	67
3.2.2.4 Vertragsverhandlung und -abschluss	67
3.3 Post-Merger-Phase.....	68
3.3.1 Integrationsplanung	69
3.3.2 Integrationsdurchführung und -controlling.....	72
3.4 Rollen des Informationsmanagements im M&A-Prozess	73
3.4.1 Informationsmanagement als M&A-Objekt	74
3.4.2 Informationsmanagement als M&A-Instrument.....	76
3.5 Erfolgsfaktoren	78
3.6 Zusammenfassung	83

4. Ordnungsrahmen für ein strategiekonformes Informationsmanagement	85
4.1 Konzeptioneller Bezugsrahmen	85
4.2 Leitfadengestützte Experteninterviews	88
4.2.1 Methodenwahl	88
4.2.2 Vorgehensweise und Durchführung	94
4.2.3 Auswertungsstrategie und Ergebnisse	100
4.3 Konzeption eines Ordnungsrahmens	104
4.3.1 IM und M&A-Erfolg	104
4.3.2 Dimensionen der Strategiekonformität	107
4.3.2.1 Strategische Bedeutung des Informationsmanagements	109
4.3.2.2 Integrationsgrad	114
4.3.2.3 Komplexität	121
4.3.3 Ordnungsrahmen für ein strategiekonformes IM	125
4.4 Zusammenfassung	134
5. Gestaltung eines strategiekonformen Informationsmanagements	137
5.1 Gestaltung des Informationsmanagements als M&A-Objekt	137
5.1.1 IM und M&A-Ziele	137
5.1.1.1 Ergebnisse der Experteninterviews	138
5.1.1.2 Ausgestaltung	139
5.1.2 IT-Anforderungsprofil	144
5.1.2.1 Ergebnisse der Experteninterviews	144
5.1.2.2 Ausgestaltung	145
5.1.3 IT Due Diligence	148
5.1.3.1 Ergebnisse der Experteninterviews	149
5.1.3.2 Ausgestaltung	151
5.1.4 IT Deal Breaker	160

5.1.4.1 Ergebnisse der Experteninterviews.....	160
5.1.4.2 Ausgestaltung.....	161
5.1.5 IT-Kaufpreis.....	162
5.1.5.1 Ergebnisse der Experteninterviews.....	162
5.1.5.2 Ausgestaltung.....	164
5.1.6 IT Post-Merger-Integrationsplanung	166
5.1.6.1 Ergebnisse der Experteninterviews.....	167
5.1.6.2 Ausgestaltung.....	169
5.2 Gestaltung des Informationsmanagements als M&A-Instrument	173
5.2.1 Ergebnisse der Experteninterviews.....	174
5.2.2 Ausgestaltung.....	175
5.2.2.1 Business Intelligence zur Unterstützung der Due Diligence	178
5.2.2.2 Wissensmanagementsysteme.....	187
5.3 Zusammenfassung	197
6. Schlussbetrachtung	199
6.1 Zusammenfassung	199
6.2 Ausblick	202
ANHANG	205
LITERATURVERZEICHNIS	213