

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	IX
Teil A: Grundlagen des M&A-Management	1
1 Einführung	3
2 Begriff, Formen und Ausprägungen von Mergers & Acquisitions	8
3 Relevante theoretische Erklärungsansätze für Mergers & Acquisitions	24
4 Motive und Zielsetzungen von Mergers & Acquisitions.....	61
5 Rahmenbedingungen und Marktentwicklung von Mergers & Acquisitions	82
6 Akteure und Prozess des M&A-Management	102
Teil B: Akquisitionsmanagement.....	129
1 Einführung	131
2 Strategische Analyse- und Konzeptionsphase.....	136
3 Transaktionsphase	182
Teil C: Post-Merger-Integrationsmanagement.....	285
1 Einführung	287
2 Post-Merger-Integrationskonzeption	293
3 Post-Merger-Integrationsdurchführung	315
4 Post-Merger-Integrationscontrolling.....	415
Teil D: Demerger-Management.....	433
1 Einführung	435
2 Demerger-Konzepte	440
3 Demerger-Prozess.....	465
4 Fallstudie: Übernahme der Mannesmann AG durch Vodafone AirTouch.....	496

Inhaltsübersicht

Literaturverzeichnis.....	509
Stichwortverzeichnis	553

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht.....	VII
Teil A: Grundlagen des M&A-Management.....	1
1 Einführung	3
1.1 Bedeutung von Mergers & Acquisitions.....	4
1.2 Aufbau des Lehrbuches	5
2 Begriff, Formen und Ausprägungen von Mergers & Acquisitions	8
2.1 Der M&A-Begriff	8
2.2 Formen von Mergers & Acquisitions	11
2.2.1 Unternehmenskooperationen.....	12
2.2.2 Unternehmensverknüpfungen.....	14
2.3 Ausprägungen von Mergers & Acquisitions.....	17
2.3.1 Leistungswirtschaftlicher Zusammenhang	17
2.3.2 Finanzierung und Übernahmetechnik	19
2.3.3 Friendly und unfriendly Takeover	21
3 Relevante theoretische Erklärungsansätze für Mergers & Acquisitions	24
3.1 Erklärungsansätze der Neuen Institutionenökonomik.....	24
3.1.1 Transaktionskostenansatz	25
3.1.1.1 Der Erklärungsansatz von Coase	27
3.1.1.2 Der Erklärungsansatz von Williamson.....	28
3.1.2 Prinzipal-Agent-Ansatz	29
3.1.2.1 Informationsasymmetrien vor Vertragsschluss	32
3.1.2.2 Informationsasymmetrien nach Vertragsschluss	34
3.2 Erklärungsansätze der Strategieforschung.....	36

3.2.1	Der marktorientierte Ansatz (Market-based View)	36
3.2.2	Der ressourcenorientierte Ansatz (Resource-based View)	38
3.2.2.1	Der fähigkeitsorientierte Ansatz (Capability-based View)	45
3.2.2.2	Der wissensorientierte Ansatz (Knowledge-based View)	48
3.3	Erklärungsansätze der Portfoliotheorie	51
3.4	Vergleich und Bewertung der theoretischen Erklärungsansätze	55
4	Motive und Zielsetzungen von Mergers & Acquisitions	61
4.1	Motive und Zielsetzungen aus Käufersicht	61
4.1.1	Strategische Motive	62
4.1.1.1	Marktmotive	64
4.1.1.2	Leistungsmotive	66
4.1.1.3	Risikomotive	68
4.1.2	Finanzielle Motive	70
4.1.2.1	Kapitalmarktbedingte Motive	70
4.1.2.2	Bilanzpolitische und steuerliche Motive	73
4.1.3	Persönliche Motive	74
4.1.3.1	Hybris-Hypothese	74
4.1.3.2	Managerialismus-Hypothese	75
4.1.3.3	Free-Cash-flow-Hypothese	76
4.1.3.4	Diversifikations-Hypothese	76
4.2	Motive und Zielsetzungen aus Verkäufersicht	77
4.2.1	Eigentümerspezifische Verkaufsmotive	78
4.2.2	Unternehmensspezifische Verkaufsmotive	79
5	Rahmenbedingungen und Marktentwicklung von Mergers & Acquisitions	82
5.1	Ökonomische Rahmenbedingungen	82
5.1.1	Faktoren der Makroumwelt	83
5.1.2	Faktoren der Mikroumwelt	89
5.2	Entwicklung des M&A-Marktes	94
5.2.1	Historische Entwicklung	95

5.2.2	Aktuelle Situation	98
6	Akteure und Prozess des M&A-Management.....	102
6.1	Akteure des M&A-Management.....	102
6.1.1	Käufer und Verkäufer: Klassische interne Akteure	105
6.1.2	M&A-Dienstleister: Externe Akteure	106
6.1.2.1	Universal-, Investment-, Merchant- und Commercial Banken.....	109
6.1.2.2	Wirtschaftsprüfer und Steuerberater	111
6.1.2.3	Rechtsanwälte.....	111
6.1.2.4	Strategieberater.....	112
6.1.2.5	Unternehmensmakler	113
6.1.2.6	Beteiligungsgesellschaften	114
6.2	Prozess des M&A-Management.....	115
6.2.1	Akquisitionsmanagement.....	117
6.2.1.1	Strategische Analyse- und Konzeptionsphase	117
6.2.1.2	Transaktionsphase.....	118
6.2.2	Post-Merger-Integrationsmanagement	120
6.2.2.1	Post-Merger-Integrationskonzeption.....	120
6.2.2.2	Post-Merger-Integrationsdurchführung.....	121
6.2.2.3	Post-Merger-Integrationscontrolling	123
6.2.3	Demerger-Management	124
6.2.3.1	Demerger-Analyse und Konzeption.....	124
6.2.3.2	Demerger-Durchführung	125
6.2.3.3	Demerger-Controlling	127
	Teil B: Akquisitionsmanagement.....	129
1	Einführung	131
1.1	Begriffsdefinition und -abgrenzung.....	131
1.2	Aufbau des Akquisitionsmanagement.....	134
2	Strategische Analyse- und Konzeptionsphase.....	136

2.1	Prozess der Strategieentwicklung.....	136
2.1.1	Definition der Unternehmensziele.....	138
2.1.2	Analyse der Ausgangssituation	141
2.1.2.1	Analyse der Umwelt	142
2.1.2.2	Analyse des Unternehmens	150
2.1.3	Strategieformulierung, -bewertung und -auswahl	156
2.1.4	Strategieimplementierung	160
2.2	Festlegung der Akquisitionsstrategie.....	162
2.2.1	Klassifikation von Akquisitionsstrategien	162
2.2.1.1	Klassifikation nach wirtschaftlicher Verbundenheit	163
2.2.1.2	Klassifikation nach Erfolgsquellen	164
2.2.2	Entwicklung von Akquisitionsstrategien.....	165
2.2.2.1	Kritische Überprüfung von Make-or-buy beziehungsweise Kooperationsoptionen	166
2.2.2.2	Untersuchung des Akquisitionsumfeldes.....	168
2.2.2.3	Erstellung eines Anforderungsprofils	168
2.3	Organisation und Steuerung des Akquisitionsprozesses	170
2.3.1	Aufbauorganisation des Akquisitionsprozesses	170
2.3.2	Ablauforganisation des Akquisitionsprozesses	174
2.3.2.1	Einsatz externer Dienstleister	174
2.3.2.2	Gestaltung der internen und externen Kommunikationspolitik	176
2.3.2.3	Einrichtung eines Akquisitionscontrolling	176
3	Transaktionsphase	182
3.1	Screening: Selektion der Akquisitionskandidaten	183
3.1.1	Strategic Screening	184
3.1.2	First Screening	187
3.1.3	Second Screening	189
3.1.3.1	Detaillierte Informationsbeschaffung	190
3.1.3.2	Erstellung eines Feinanforderungsprofils.....	193

3.2	Vorvertragliche Phase.....	195
3.2.1	Non-Disclosure-Agreement und Letter of Intent.....	196
3.2.2	Due Diligence	198
3.2.2.1	Financial Due Diligence	202
3.2.2.2	Marketing Due Diligence	204
3.2.2.3	Human Resources Due Diligence	205
3.2.2.4	Cultural Due Diligence.....	206
3.2.2.5	Legal and Tax Due Diligence.....	209
3.2.2.6	Organizational und IT Due Diligence	210
3.2.2.7	Environmental Due Diligence	211
3.2.3	Memorandum of Understanding.....	213
3.2.4	Optionen und Vorverträge.....	214
3.3	Unternehmensbewertung und Kaufpreisermittlung	215
3.3.1	Ober- und Untergrenze des Kaufpreises	216
3.3.2	Multiplikatormethoden.....	219
3.3.2.1	Berechnung des Stand-alone-Wertes eines Unternehmens	219
3.3.2.2	Berücksichtigung der Synergie- und Restrukturierungspotenziale ...	224
3.3.3	Diskontierungsmethoden	225
3.3.3.1	Berechnung des Stand-alone-Wertes eines Unternehmens	225
3.3.3.2	Berücksichtigung der Synergie- und Restrukturierungspotenziale ...	243
3.3.4	Liquidations- und Substanzwert.....	246
3.4	Übernahmegesetz und Kartellrecht.....	249
3.4.1	Das Wertpapierübernahmegesetz als rechtlicher Rahmen von M&A Transaktionen in Deutschland	249
3.4.1.1	Entwicklung des Wertpapierübernahmegesetzes.....	250
3.4.1.2	Rechtlicher Ablauf einer Unternehmensübernahme nach dem Wertpapierübernahmegesetz	253
3.4.2	Kartellrechtliche Prüfung.....	256
3.4.2.1	Prüfung von M&A-Transaktionen nach europäischem Recht	257

3.4.2.2	Prüfung von M&A-Transaktionen nach deutschem Recht.....	263
3.4.2.3	Prüfung von M&A-Transaktionen nach US-Kartellrecht.....	267
3.5	Vertragsschluss.....	272
3.5.1	Entscheidungs- und Preisfindung	273
3.5.2	Arten vertraglicher Übernahme und Finanzierungskonzept.....	275
3.5.3	Kaufvertrag und Signing.....	280
Teil C: Post-Merger-Integrationsmanagement.....		285
1	Einführung	287
1.1	Begriffsdefinition und -abgrenzung	287
1.2	Aufbau des Post-Merger-Integrationsmanagement	291
2	Post-Merger-Integrationskonzeption	293
2.1	Integrationsziele und Erfolgsfaktoren.....	293
2.2	Integrationsablauf	296
2.2.1	Festlegung und Priorisierung der Integrationsmaßnahmen	296
2.2.2	Bestimmung des Integrationsgrades	298
2.2.2.1	Einfluss strategischer Interdependenz	299
2.2.2.2	Einfluss organisatorischer Autonomie	301
2.2.2.3	Abgeleitete Integrationsansätze	302
2.2.3	Bestimmung der Integrationsgeschwindigkeit	305
2.2.3.1	Evolutionäres versus revolutionäres Vorgehen.....	305
2.2.3.2	Kosten-Nutzen-Effekte als Entscheidungskriterium.....	307
2.2.3.3	Einfluss situativer Faktoren	308
2.3	Integrationsteam	310
2.3.1	Institutionale Dimension: Zusammensetzung und Kompetenzen.....	311
2.3.2	Funktionale Dimension: Aktivitäten und Aufgaben	313
2.3.3	Instrumentale Dimension: Instrumente und Steuerungstools	314
3	Post-Merger-Integrationsdurchführung.....	315
3.1	Organisationsorientierte Integration.....	315
3.1.1	Aufbau- und Ablauforganisation.....	316

3.1.1.1	Bedeutung der Aufbau- und Ablauforganisation.....	316
3.1.1.2	Grundlagen der Aufbau- und Ablauforganisation.....	317
3.1.1.3	Ansätze des Integrationsmanagement	323
3.1.2	Unternehmenskultur	328
3.1.2.1	Bedeutung der Unternehmenskultur	328
3.1.2.2	Grundlagen der Unternehmenskultur	329
3.1.2.3	Ansätze des Integrationsmanagement	333
3.1.3	Personalmanagement	339
3.1.3.1	Bedeutung des Personalmanagement	339
3.1.3.2	Grundlagen des Personalmanagement	341
3.1.3.3	Ansätze des Integrationsmanagement	349
3.2	Informationsorientierte Integration.....	355
3.2.1	Informations- und Kommunikationstechnologie	356
3.2.1.1	Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologie	356
3.2.1.2	Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnologie	357
3.2.1.3	Ansätze des Integrationsmanagement	361
3.2.2	Informations- und Kommunikationspolitik.....	366
3.2.2.1	Bedeutung der Informations- und Kommunikationspolitik	366
3.2.2.2	Grundlagen der Informations- und Kommunikationspolitik	367
3.2.2.3	Ansätze des Integrationsmanagement	371
3.2.3	Wissensmanagement	377
3.2.3.1	Bedeutung des Wissensmanagement	377
3.2.3.2	Grundlagen des Wissensmanagement	380
3.2.3.3	Ansätze des Integrationsmanagement	382
3.3	Marktorientierte Integration.....	387
3.3.1	Markenmanagement.....	388
3.3.1.1	Bedeutung des Markenmanagement.....	388
3.3.1.2	Grundlagen des Markenmanagement.....	391
3.3.1.3	Ansätze des Integrationsmanagement	395

3.3.2	Kundenmanagement	403
3.3.2.1	Bedeutung des Kundenmanagement	404
3.3.2.2	Grundlagen des Kundenmanagement	407
3.3.2.3	Ansätze des Integrationsmanagement	410
4	Post-Merger-Integrationscontrolling.....	415
4.1	Integrationscontrolling.....	415
4.1.1	Aufgaben des Integrationscontrollings	415
4.1.2	Ansätze und Instrumente des Integrationscontrollings	417
4.1.2.1	Controlling des Integrationsteams.....	418
4.1.2.2	Controlling des Integrationsklimas	419
4.2	Erfolgskontrolle.....	421
4.2.1	Jahresabschlussorientierte Erfolgskontrolle	422
4.2.2	Kapitalmarktorientierte Erfolgskontrolle	426
4.2.3	Ereignisorientierte Erfolgskontrolle	428
4.2.4	Erfolgskontrolle mittels Befragung.....	430
Teil D: Demerger-Management.....		433
1	Einführung	435
1.1	Begriffsdefinition und -abgrenzung	436
1.2	Aufbau des Demerger-Management.....	438
2	Demerger-Konzepte	440
2.1	Erhalt der Einheit.....	441
2.1.1	Sell-off.....	441
2.1.2	Spin-off	444
2.1.3	Split-off	447
2.1.4	Equity Carve-out.....	449
2.1.5	Subsidiary IPO.....	451
2.1.6	Split-up und Demerger im engeren Sinne	453
2.1.7	Tracking Stocks.....	455
2.1.8	Joint Venture	458

2.2	Aufgabe der Einheit.....	461
2.2.1	Stilllegung	461
2.2.2	Liquidation.....	461
2.3	Vergleich und Bewertung der Demerger-Konzepte	462
3	Demerger-Prozess.....	465
3.1	Demerger-Analyse und Konzeption	466
3.1.1	Prozessinitiierung	466
3.1.2	Objektanalyse	467
3.1.3	Entscheidungs- und Konzeptfindung	472
3.2	Demerger-Durchführung.....	474
3.2.1	Kommunikation	475
3.2.2	Umsetzung.....	477
3.3	Demerger-Controlling	488
3.3.1	Prozessbegleitendes Controlling.....	488
3.3.2	Erfolgskontrolle des Demerger-Projektes	491
4	Fallstudie: Übernahme der Mannesmann AG durch Vodafone AirTouch.....	496
	Literaturverzeichnis.....	509
	Stichwortverzeichnis	553