

# Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Fallbeispiele .....	8
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	8
Vorwort zur 4., vollständig überarbeiteten und ergänzten Auflage .....	11
Vorwort zur 3. Auflage .....	13
Vorwort zur 1. und 2. Auflage.....	13
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>17</b>
<b>2 Unternehmensnachfolge als Markt.....</b>	<b>21</b>
2.1 Drei Markt-Spieler prägen den Markt.....	21
2.2 Die volkswirtschaftliche Relevanz.....	23
2.3 Der Kontext familiengeführte KMU.....	29
2.3.1 Die Funktionen der Familie .....	32
2.3.2 Die Funktionen des Unternehmens .....	34
2.3.3 Unterschiedliche Zielsetzungen .....	35
2.3.4 Eigentümerstruktur von Familienunternehmen .....	45
2.3.5 Rollenmodell Familienunternehmen .....	48
2.4 Gestaltungsebenen.....	59
2.4.1 Intrapersonelle Ebene: Charakter, Persönlichkeit und Einstellungen.....	61
2.4.2 Interpersonelle Ebene: Beziehungen und Interaktionen .....	62
2.4.3 Organisationale Ebene: Familie und Unternehmen .....	63
2.4.4 Ebene der Umwelt: Anspruchsgruppen und Gesellschaft.....	63
2.4.5 Ebene der Zeit: Transaktionslogik und Entwicklungslogik von Individuum und Organisation .....	69
<b>3 Das St. Galler Nachfolge-Modell.....</b>	<b>73</b>
3.1 Normative, strategische und operative Fragen trennen .....	74
3.1.1 Die normative Ebene: Werte, Prinzipien, Unternehmenskultur .....	74
3.1.2 Die strategische Ebene: Eigentümer- und Unternehmensstrategie ..	77
3.1.3 Die operative Ebene: Die Umsetzung der Unternehmensnachfolge .....	78

3.2 Die fünf Themenfelder einer Unternehmensnachfolge . . . . .	81
3.2.1 Selbstverständnis Familienunternehmen . . . . .	84
3.2.2 Vorsorge und Sicherheit . . . . .	87
3.2.3 Stabilität und Fitness des Unternehmens . . . . .	93
3.2.4 Rechtliches Korsett . . . . .	100
3.2.5 Transaktionskosten . . . . .	103
<b>4 Die sechs Gestaltungsdimensionen . . . . .</b>	<b>117</b>
4.1 Nachfolgeoptionen . . . . .	117
4.1.1 Family-Buy-out (FBO) . . . . .	120
4.1.2 Management-Buy-out (MBO) . . . . .	122
4.1.3 Management-Buy-in (MBI) und Merger & Akquisition (M&A) . . . . .	124
4.1.4 Ordentliche Geschäftsaufgabe und Liquidation . . . . .	127
4.1.5 Denken und Handeln in Szenarien . . . . .	129
4.2 Definition des Übertragungsobjektes . . . . .	133
4.3 Drei Übertragungsebenen in Sachen Nachfolge . . . . .	136
4.4 Gerechtigkeit und Fairness . . . . .	138
4.5 Governance-Strukturen, -Instrumente und -Prozesse . . . . .	145
4.5.1 Governance-Strukturen . . . . .	146
4.5.2 Governance-Instrumente . . . . .	148
4.5.3 Governance-Prozesse . . . . .	151
4.6 Projekt- und Zeitmanagement . . . . .	153
<b>5 Die Nachfolge als Prozess verstehen . . . . .</b>	<b>157</b>
5.1 Der Nachfolgeprozess braucht Zeit . . . . .	157
5.2 Der Nachfolgeprozess im engeren und im weiteren Sinn . . . . .	161
5.3 Vier zu gestaltende Prozesse . . . . .	169
5.3.1 Der Entwicklungsprozess des Verkäufers . . . . .	171
5.3.2 Der Entwicklungsprozess des Käufers . . . . .	175
5.3.3 Der Transaktionsprozess . . . . .	186
5.3.4 Der Post-Succession Entwicklungsprozess . . . . .	188
5.4 Potentielle Konflikte zwischen zwei Generationen . . . . .	190
<b>6 Einsatz und Umgang mit Beratung . . . . .</b>	<b>197</b>
6.1 Die Architektur der Prozessgestaltung . . . . .	198
6.2 Verschiedene Beratungsansätze sind gefragt . . . . .	201

6.2.1 Nachfolgebegleitung zwischen Fachberatung und Coachingansatz. . . . .	205
6.2.2 Die Fachberatung im Nachfolgeprozess. . . . .	210
6.2.3 Coaching, Moderation und Mentoring im Nachfolgeprozess . . . . .	213
6.3 Gütekriterien für die Beratung . . . . .	216
6.4 Informations- und Kommunikationspolitik. . . . .	219
<b>7 Schlusswort. . . . .</b>	<b>227</b>
<b>8 Anhang . . . . .</b>	<b>231</b>
8.1 Fragenkataloge für die praktische Umsetzung. . . . .	231
8.1.1 Fragen für die abtretende Generation (Verkäufer) . . . . .	231
8.1.2 Fragen für die antretende Generation (Käufer). . . . .	238
8.1.3 Fragen für Berater . . . . .	242
8.2 Glossar . . . . .	245
8.3 Literaturverzeichnis. . . . .	249
8.4 Die Autoren. . . . .	263