

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Fallbeispiele	8
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	8
Vorwort zur 5., überarbeiteten Auflage	10
Vorwort zur 4. Auflage	11
Vorwort zur 3. Auflage	13
Vorwort zur 1. und 2. Auflage	13
1 Einleitung	17
2 Unternehmensnachfolge als Markt und deren Kontext	21
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
3 Normative, strategische und operative Fragen	73
3.1 Die normative Ebene: Werte, Prinzipien, Unternehmenskultur	74
3.2 Die strategische Ebene: Eigentümer- und Unternehmensstrategie	77
3.3 Die operative Ebene: Die Umsetzung der Unternehmensnachfolge	78

4 Die 6-Gestaltungs-Dimensionen	83
4.1 Übertragungs-Optionen	83
4.1.1 Family-Buy-out (FBO)	86
4.1.2 Management-Buy-out (MBO)	88
4.1.3 Management-Buy-in (MBI) und Merger & Akquisition (M&A)	90
4.1.4 Ordentliche Geschäftsaufgabe und Liquidation	93
4.1.5 Denken und Handeln in Szenarien	95
4.2 Definition des Übertragungs-Objektes	99
4.3 Drei Übertragungs-Ebenen in Sachen Nachfolge	102
4.4 Gerechtigkeit und Fairness	104
4.5 Governance-Strukturen, -Instrumente und -Prozesse	111
4.5.1 Governance-Strukturen	112
4.5.2 Governance-Instrumente	114
4.5.3 Governance-Prozesse	117
4.6 Projekt- und Zeitmanagement	119
5 Das 5-Themen-Rad	123
5.1 Selbstverständnis Familienunternehmen	125
5.2 Vorsorge und Sicherheit	129
5.3 Stabilität und Fitness des Unternehmens	135
5.4 Rechtliches Korsett	142
5.5 Transaktionskosten	145
6 Die Nachfolge als Prozess verstehen	159
6.1 Der Nachfolgeprozess braucht Zeit	159
6.2 Der Nachfolgeprozess im engeren und im weiteren Sinn	163
6.3 Vier zu gestaltende Prozesse	171
6.3.1 Der Entwicklungsprozess des Verkäufers	173
6.3.2 Der Entwicklungsprozess des Käufers	177
6.3.3 Der Transaktionsprozess	188
6.3.4 Der Post-Succession Entwicklungsprozess	190
6.4 Potentielle Konflikte zwischen zwei Generationen	192

7	Einsatz und Umgang mit Beratung	199
7.1	Die Architektur der Prozessgestaltung	200
7.2	Verschiedene Beratungsansätze sind gefragt	203
7.2.1	Nachfolgebegleitung zwischen Fachberatung und Coachingansatz	207
7.2.2	Die Fachberatung im Nachfolgeprozess	212
7.2.3	Coaching, Moderation und Mentoring im Nachfolgeprozess	215
7.3	Gütekriterien für die Beratung	218
7.4	Informations- und Kommunikationspolitik	221
8	Schlusswort	229
9	Anhang	233
9.1	Fragenkataloge für die praktische Umsetzung	233
9.1.1	Fragen für die abtretende Generation (Verkäufer)	233
9.1.2	Fragen für die antretende Generation (Käufer)	240
9.1.3	Fragen für Berater	244
9.2	Glossar	246
9.3	Literaturverzeichnis	250
9.4	Die Autoren	264