

Inhaltsverzeichnis

- 1 End-to-End (E2E) M&A-Prozessdesign** 1
 - 1.1 Die 7. Fusionswelle: Das Zeitalter der digitalen Disruption und der Geschäftsmodellinnovationen 2
 - 1.2 End-to-End M&A-Prozessdesign für digitale Zeiten 7
 - 1.2.1 Überblick über das End-to-End M&A-Prozessdesign 8
 - 1.2.2 Module des End-to-End M&A-Prozessdesigns 10
 - 1.2.3 Zusammenhänge zwischen den M&A-Modulen:
Eine End-to-End Betrachtung 19
 - 1.3 Digitale Berührungspunkte des End-to-End M&A-Prozessdesigns 22
 - 1.3.1 Digitale M&A-Prozesse und -Tools 23
 - 1.3.2 Die Auswirkungen digitaler Geschäftsmodelle auf M&A und vice versa 28
 - Literatur 31
- 2 Eingebettete M&A-Strategie** 33
 - 2.1 Portfolio- und Geschäftsbereichsstrategien 36
 - 2.2 M&A zur Gestaltung des Portfolios und der Geschäftsbereichsstrategien 37
 - 2.2.1 M&A für das Portfoliomanagement 38
 - 2.2.2 M&A für Geschäftsbereichsstrategien 55
 - 2.3 Kaufpreis, Synergieeffekte und Wertsteigerung 62
 - 2.3.1 Wertsteigerung bzw- vernichtung durch M&A 62
 - 2.3.2 Synergieeffekte 64
 - 2.3.3 Der Tao des M&A-Wertmanagements 66
 - 2.4 Entwurf einer eingebetteten M&A-Strategie 66
 - 2.5 M&A-Target-Profilung und -Pipeline..... 70
 - 2.5.1 Kriterien für das Target Profiling und die Target Scorecards. 70
 - 2.5.2 Bewertung des Fit-Diamanten 73
 - 2.5.3 Der Prozess des Screening und Target Pipelining 77

2.6	Frontloading des Integrationsansatzes und Blueprint des Joint Business Designs	78
2.6.1	Diagnostik des Standalone Business Designs und Joint Business Design Blueprint	81
2.6.2	Diagnose des Standalone Culture Design und Blueprint des Joint Culture Designs	89
2.7	Eingebettete M&A-Strategie für digitale Zielunternehmen.	106
2.8	Zusammenfassung der eingebetteten M&A-Strategie	109
2.8.1	Kritische Gegenkontrollen und Fragen	110
2.8.2	Wesentliche Erfolgsfaktoren und Schlussfolgerungen	111
	Literatur.	112
3	Transaktionsmanagement	115
3.1	Bewertung	123
3.1.1	M&A-Bewertungsrahmen	123
3.1.2	M&A-Bewertungsprozess	126
3.1.3	Bewertungsmethoden	130
3.1.4	Zusammenfassung der Bewertungsergebnisse	149
3.2	Due Diligence	150
3.2.1	Ziele der Due Diligence	151
3.2.2	Due Diligence Management und Prozess	152
3.2.3	Due Diligence Werkzeuge	158
3.2.4	Kernbestandteile der Due Diligence	160
3.3	Business Design und Culture Design Due Diligence	168
3.3.1	Business Design Due Diligence: Blending von SBDs und Entwurf des JBD	168
3.3.2	Culture Design Due Diligence: Blending der SCDs und Entwurf des JCD	171
3.3.3	Due Diligence Verifizierung des Integrationsansatzes	172
3.4	Bewertung und Due Diligence von digitalen Geschäftsmodellen	172
3.5	Zusammenfassung des Transaktionsmanagements	178
3.5.1	Kritische Kontrollfragen des Transaktionsmanagements	178
3.5.2	Erfolgsfaktoren des Transaktionsmanagements	179
	Literatur	180
4	Integrationsmanagement	183
4.1	Integrationsstrategie und -ansatz	188
4.1.1	Integrationsstrategie	189
4.1.2	Integrationsmodelle	195
4.2	Integrationsmasterplan (IM)	207
4.2.1	Integrationsrahmen	208
4.2.2	Module des Integrationsmasterplans	213
4.2.3	Culture Change Programm	234

4.3	Integrationsmanagement	237
4.3.1	Grundsätze der Integration	238
4.3.2	Umsetzung des Integrationsmasterplans	240
4.4	Integration: Controlling und Lernen	244
4.4.1	Integrationsverfolgung und -Scorecards	246
4.4.2	Integrationscontrolling	248
4.4.3	Post Mortem Bericht und Lernplattform	249
4.5	Integrationsmanagement von digitale Zielunternehmen	249
4.6	Zusammenfassung des Integrationsmanagements	251
4.6.1	Kritische Kontrollfragen des Integrationsmanagements	251
4.6.2	Erfolgsfaktoren des Integrationsmanagements	252
	Literatur	255
5	Synergiemanagement	257
5.1	Transaktionsmehrwert (TVA) und die Rolle von Synergien	262
5.2	Synergiediagnose und -muster	264
5.2.1	Entmystifizierung von Synergien – I: Finanzielle Diagnostik ...	265
5.2.2	Entmystifizierung von Synergien – II: Business Design Diagnostik	271
5.2.3	Bewertung und Priorisierung von Synergieeffekten	275
5.3	End-to-End Synergiemanagement	278
5.3.1	Synergiemanagement & Eingebettete M&A-Strategie: Synergiediagnostik & -skalierungsansatz	279
5.3.2	Synergie- und Transaktionsmanagement: Machbarkeitsnachweis von Synergien und Skalierungsansatz	281
5.3.3	Synergie- und Integrationsmanagement: Synergie Umsetzung und Verfolgung	283
5.4	Instrumente des Synergiemanagements	286
5.4.1	Synergie-Toolbox	286
5.4.2	Evaluierung der Synergie Umsetzung	290
5.5	Synergiemanagement von digitalen Zielunternehmen	292
5.6	Zusammenfassung des Synergiemanagements	294
5.6.1	Kritische Kontrollfragen des Synergiemanagements	294
5.6.2	Erfolgsfaktoren des Synergiemanagements	295
	Literatur	296
6	M&A-Projektmanagement und Governance	297
6.1	M&A Playbook: End-to-End M&A-Projektmanagement	299
6.1.1	End-to-End M&A-Prozesslandkarte	300
6.1.2	End-to-End M&A-Governance	302
6.2	M&A Playbook und End-to-End M&A-Prozessgestaltung	303
6.2.1	Entwicklung einer eingebetteten M&A-Strategie	303
6.2.2	Umsetzung des Transaktionsmanagements	305
6.2.3	Umsetzung des Integrationsmanagements	305

6.3	Management von M&A-Fähigkeiten	308
6.3.1	M&A-Fähigkeiten in den 2020er-Jahren	308
6.3.2	M&A-Abteilungen 2020+	310
6.4	Digitale Werkzeuge des M&A Playbooks	312
6.5	M&A-Projektmanagement für digitale Zielunternehmen	315
6.6	Zusammenfassung M&A-Projektmanagement & Governance	316
6.6.1	Kritische Kontrollfragen des M&A-Projektmanagements	317
6.6.2	Erfolgsfaktoren des M&A-Projektmanagements.	317
	Literatur	318