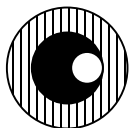


Unternehmenswertsteigerung

Leitfaden zur methodengestützten Wertsteigerung in Unternehmen

Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Horst Wildemann



TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG

Leopoldstr. 145 • 80804 München

Tel. 089-36 05 23-0 • mail@tcw.de • www.tcw.de • www.management-literatur.com

Horst Wildemann

Unternehmenswertsteigerung

Leitfaden zur methodengestützten Wertsteigerung in Unternehmen

Copyright by TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG

19. Auflage 2020

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Wildemann, Horst

Unternehmenswertsteigerung

Leitfaden zur methodengestützten Wertsteigerung in Unternehmen

ISBN 978-3-934155-39-8

TCW Transfer-Centrum GmbH & Co. KG • Leopoldstr. 145 • 80804 München
Tel. 089-36 05 23-0 • mail@tcw.de • www.tcw.de • www.management-literatur.com

Alle Rechte, auch die der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form, auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Der „Unternehmenswert als Herausforderung“ rückt in den Vordergrund der betriebswirtschaftlichen Diskussion. Was ist die Ursache? Ein entscheidender Grund liegt in der zunehmenden Dynamik des Unternehmensgeschehens, die mit der herkömmlichen Steuerungsgröße, wie Gewinn, nur noch begrenzt abgebildet werden kann.

Wertsteigerung setzt bereits bei der strategischen Entscheidung an. So lässt sich Wertsteigerung intern durch Konzentration auf Kernkompetenzen und Netzworkebildung, durch Internationalisierung aus eigener Kraft, durch Akquisition, Kooperation und Fusion sowie durch die Entwicklung von neuen Geschäfts-modellen mit Hilfe von Innovationen und neuen Technologien erreichen.

Mit diesem Leitfaden soll ...

- ... Konzepte und Methoden zur Erreichung einer wettbewerbsfähigen Wertsteigerung im Unternehmen aufzeigen,
- ... auf Basis praxiserprobter Strategien, Konzepte und Methoden erfolgreiche Wege zur Wertsteigerung bieten,
- ... mithilfe von Fallstudien und das Value Creation Program Vorgehensweisen aufzeigen, die bereits in verschiedene Branchen zur Wertsteigerung führen.



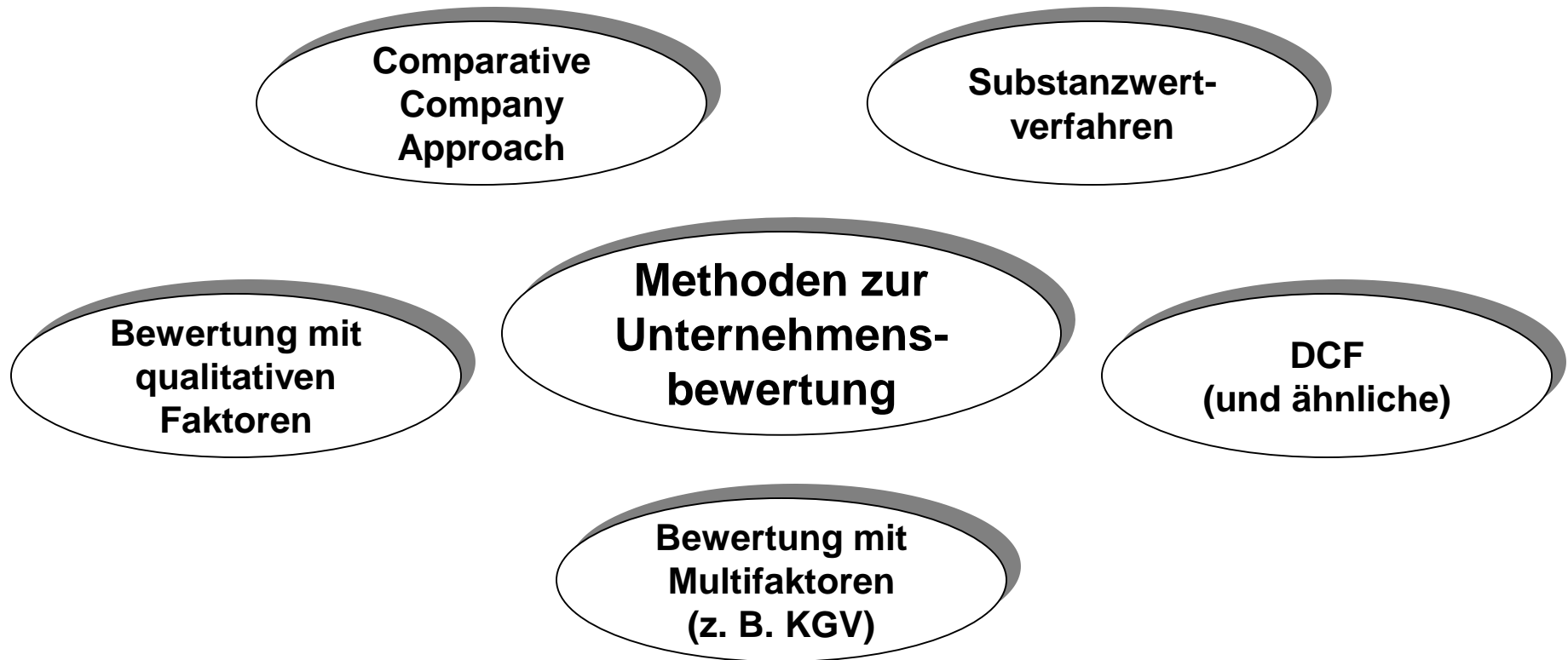
Inhaltsverzeichnis

1	Wertsteigerung	1
2	Ausgangssituation und Trends	22
3	Chancen und Risiken	35
4	Interne und externe Wirkungsrichtungen	42
5	Potenzialquellen	78
6	Kennzahlen	98
7	Leitlinien	116
8	Gestaltungsfelder	143
9	Methoden	166
10	Handlungsempfehlungen	244
11	Value Creation Program	255
12	Fallstudie A	273
13	Fallstudie B	301
14	Fallstudie C	313
15	Fallstudie D	337



Unterschiedliche Methoden ...

Wertsteigerung



➡ ... zur Wertberechnung zielen auf eine realistische Abschätzung des Marktpreises.



Die Erfolgsmessung ...

„Entscheidend ist, was geschaffen wird“

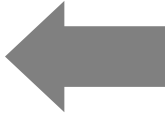


**Geschäftswert
(extern)**

**Marktwert des
Unternehmens**

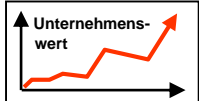
**(Anzahl Aktien x
Börsenkurs
+ Finanzschulden)**

**Geschäfts-
vermögen**



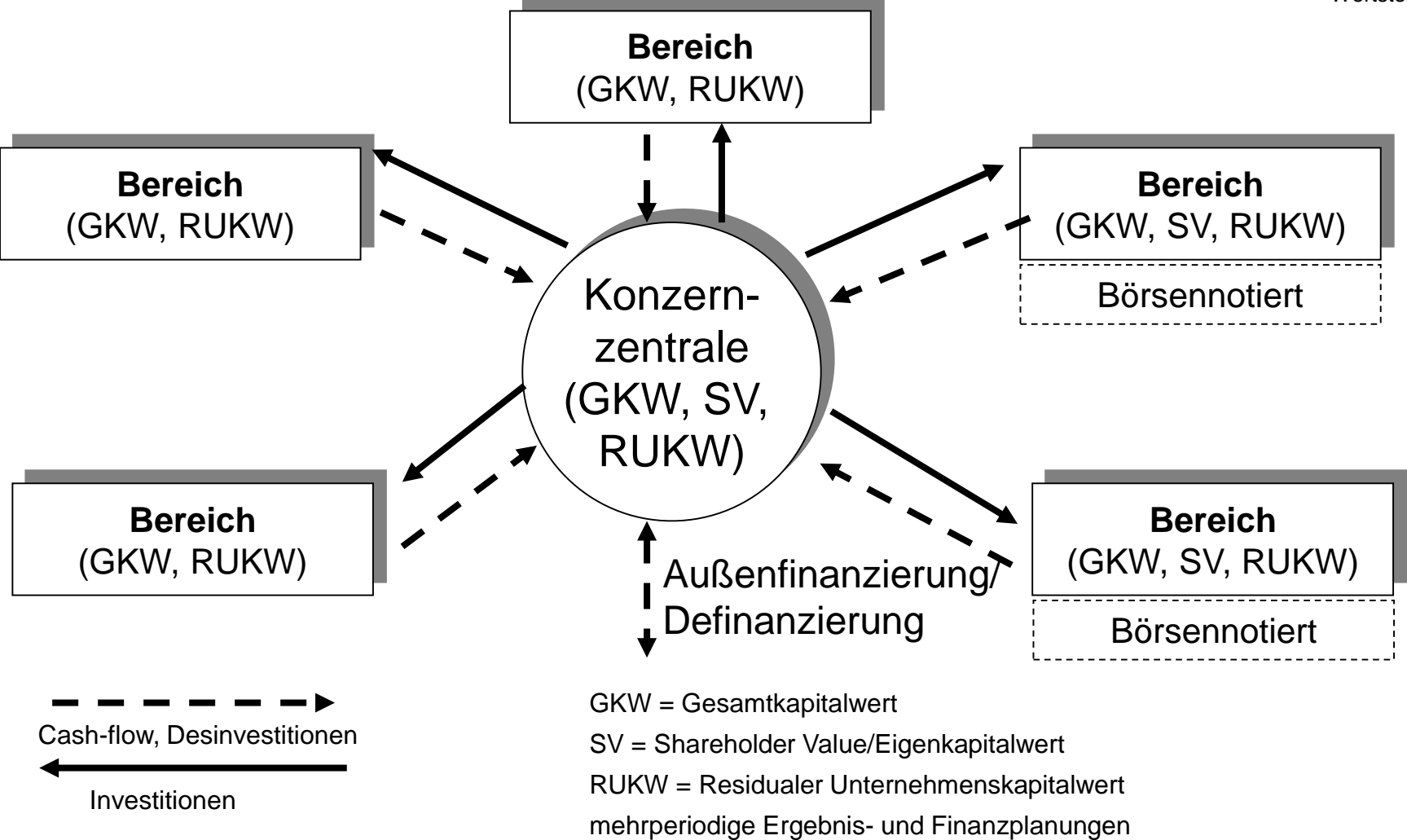
**Investierter
Wert**

... hat beim Geschäftswert anzusetzen.

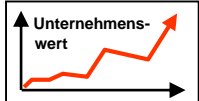


Die monetäre Beurteilung von Unternehmen ...

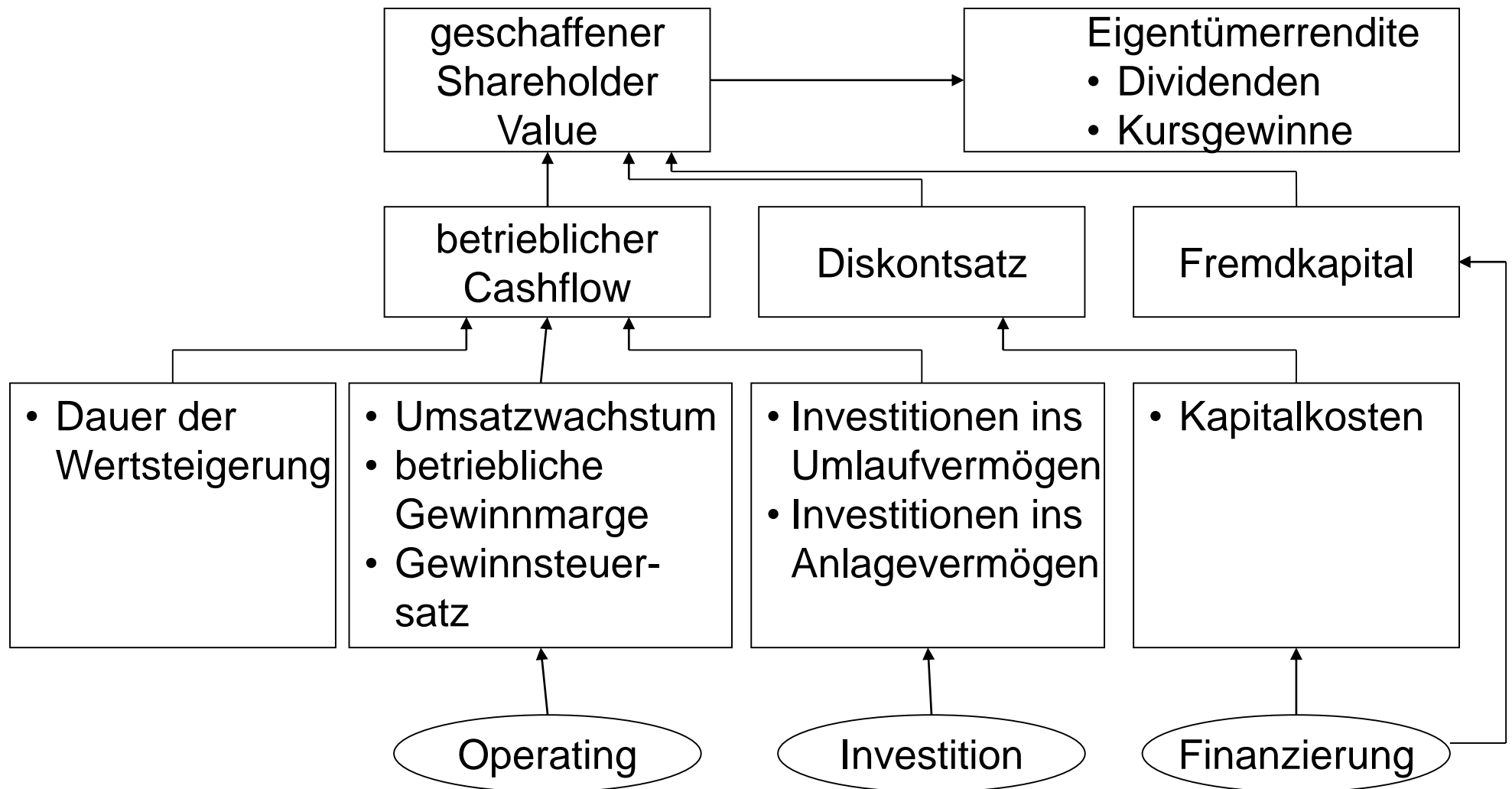
Wertsteigerung



➔ ... erfolgt zunehmend auf der Verwendung des Shareholder-Value-Ansatzes.



Das Shareholder-Value-Netzwerk ...



➡ ... orientiert sich an Werttreibern.

