

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung _____ 9

I. Entwicklung des Verkaufs von Unternehmensbereichen/teilen: __ 11

1.1. Tendenzen in der Desinvestition
(Entwicklung in den letzten Jahren) _____ 11

1.1.1 Historische Trends: _____ 11

1.1.2. Umstrukturierungen in den 90ern _____ 13

1.1.3. Entwicklungsaussichten der Desinvestitionen _____ 16

1.2. Unternehmensbeteiligungen und Unternehmensbereiche als
Desinvestitionsobjekt: _____ 18

1.2.1. Abgrenzung der Begriffe _____ 18

1.2.1.1. Unternehmensteile und Unternehmensbereiche _____ 18

1.2.1.2. Desinvestition _____ 20

1.2.2. Die potentiell abzustoßende Bereiche _____ 21

1.2.2.1. Identifizierung der potentiell zu verkaufende Bereiche: _____ 21

1.2.2.2. Woran ist ein potentieller Käufer interessiert? _____ 23

1.2.3. Desinvestition vs. Erwerb von Unternehmen _____ 26

1.3. Gründe zum Verkauf von Unternehmensbereiche und
Unternehmensteile _____ 27

1.3.1. Konzentration auf das Kerngeschäft/Mißerfolg _____ 28

1.3.2. Zusammenhang mit Mergers & Acquisitions, Corporate Strategy 31

1.3.2.1. Mergers & Acquisitions verursachen Desinvestitionen _____ 31

1.3.2.2. Strategische Gründe zur Desinvestition _____ 33

1.3.3. Shareholdervalue-ansatz (Kostensenkung) _____ 35

1.3.4. Steuerliche und Gesetzliche Gründe _____ 39

II. Möglichkeiten, sich von einem Unternehmensbereich zu trennen:43

| | |
|---|----|
| 2.1. Spin-Off | 44 |
| 2.1.1. Definition | 44 |
| 2.1.2. Spin-Offs und ihre Konsequenzen | 45 |
| 2.1.2.1. Ungewollte Spin-Offs | 45 |
| 2.1.2.2. Defensive Spin-Offs | 46 |
| 2.1.2.3. Forschungs- und Entwicklungs Spin-Offs | 46 |
| 2.1.2.4. Konsequenzen von Spin-Offs | 48 |
| 2.1.3. Bewertung des Spin-Offs | 48 |
| 2.2. Equity Carve-Out | 50 |
| 2.2.1. Definition | 50 |
| 2.2.2. Merkmale des Equity Carve Out's | 51 |
| 2.2.3. Vergleich mit dem öffentlichen Verkauf und dem Spin-Off | 52 |
| 2.2.3.1. Vergleich mit den öffentlicher Verkauf | 52 |
| 2.2.3.2. Vergleich mit den Spin-Off | 53 |
| 2.3. Split-Off und Split-Up | 54 |
| 2.3.1. Definition | 54 |
| 2.3.2. Stock Split | 55 |
| 2.3.3. Tracking Stocks vom Unternehmen ablösen | 56 |
| 2.4. Management Buy-Out/Buy-in | 58 |
| 2.4.1. Abgrenzung der Begriffe | 58 |
| 2.4.2. Welche Unternehmen und Unternehmensbereiche kommen für ein MBO in Frage? | 60 |
| 2.4.3. Voraussetzungen für ein erfolgreiches MBO | 60 |
| 2.5. Andere Desinvestitionsmöglichkeiten | 62 |
| 2.5.1. Freiwillige Liquidation oder Crash | 62 |
| 2.5.2. Zwangsweise Desinvestition | 64 |
| 2.5.2.1. "natürliche" Auflösung | 64 |
| 2.5.2.2. Zwangsweise | 65 |

| | |
|--|-----------|
| III. Ablauf des Verkaufs eines Unternehmensbereiches | 67 |
| 3.1. Was ist bei einem Unternehmensbereichverkauf zu beachten | 67 |
| 3.1.1. Unternehmensdarstellung | 67 |
| 3.1.1.1. Vorstellung des Unternehmens an den Käufer | 67 |
| 3.1.1.2. Suche und Auswahl von Käufern | 69 |
| 3.1.2. Verhandlungen mit den Käufern | 71 |
| 3.1.2.1 Allgemeine Punkte, die abgeklärt werden sollen | 71 |
| 3.1.2.2. Spezialisierte Kapitalanleger | 74 |
| 3.1.2.2.1. Venture Capital | 75 |
| 3.1.2.2.2. Kapitalbeteiligungsgesellschaften | 76 |
| 3.1.3. Überlegungen zu den Problem der Austrittsbarrieren | 77 |
| 3.2. Unternehmensbewertung | 79 |
| 3.2.1. Substanzwert: | 80 |
| 3.2.2. Ertragswert: | 81 |
| 3.2.3. Bewertung strategischer Geschäftseinheiten des eigenen Unternehmens | 82 |
| 3.3. Folgen: nach Abschluß des Verkaufs | 84 |
| 3.3.1. Arbeitsrecht | 84 |
| 3.3.2. Steuerlicher Aspekt der Transaktion . | 85 |
| 3.3.3. Vertragsabschluß | 86 |
| Zusammenfassung | 89 |
| Abkürzungsverzeichnis | 91 |
| Anlagen A bis D | 93 |
| Literaturverzeichnis | 99 |