

Die Konzeptionen der Unternehmensbewertung unterscheiden sich im Hinblick auf die Integration des Bewertungssubjekts in die Bewertung sowie im Hinblick auf die mit der Bewertung verfolgten Zwecke (Funktionen, Aufgaben).

2.1 Objektive Unternehmensbewertung

Bis ca. 1960 war die objektive Unternehmensbewertung dominierend. Im Mittelpunkt stand der objektive Wert als Quasi-Eigenschaft des Unternehmens. In der objektiven Unternehmensbewertung ging es nicht um Aufgabenstellungen von Normwerten (etwa für Besteuerungszwecke), sondern um Hilfen bei der Bewältigung individueller Konflikte bei Unternehmenstransaktionen.

Die Bestimmung des objektiven Unternehmenswertes sollte losgelöst von subjektiven Interessen und Möglichkeiten erfolgen. Mit einem entpersonifizierten „objektiven“ Wert sollten Interessengegensätze zwischen den Konfliktparteien überwunden werden. Objektbezogenheit und Entpersonifizierung hatten eine starke Gegenwarts- und Vergangenheitsorientierung sowie eine Vielzahl von widersprüchlichen Meinungen hinsichtlich der Lösung von Einzelproblemen zur Folge, weil eine konsistente theoretische Fundierung der Ermittlung des Unternehmenswertes fehlte.

Abgewandelt findet sich die objektive Konzeption im Standard IDW S1 des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW) (vgl. IDW 2008 und zur Kritik Matschke und Brösel 2013, S. 782–794) und in dem vom IDW geprägten Begriff des „objektivierten Unternehmenswertes“ wieder. Dessen Objektbezogenheit sowie Gegenwarts- und Vergangenheitsorientierung kommt darin zum Ausdruck, daß von der „am Bewertungsstichtag vorhandenen Ertragskraft“ (IDW 2008, Rz. 32) auszugehen ist,

also vom Unternehmen, wie es steht und liegt. Dessen „Entpersonalisierung“ zeigt sich darin, daß er auf „zum Bewertungsstichtag . . . bereits eingeleiteten oder . . . hinreichend konkretisierten Maßnahmen im Rahmen des bisherigen Unternehmenskonzepts“ (ebenda) sowie auf typisierten „Managementfaktoren“ (IDW 2008, Rz. 38–42) basieren soll. Eine theoretische Fundierung, aus der das IDW-Konzept des „objektivierte[n] Unternehmenswerts“ konsistent entwickelt werden könnte, fehlt und kann es auch nicht geben.

Während nach der ursprünglichen Konzeption des objektiven Wertes wie auch nach der IDW-Variante noch zwischen Wert und Preis unterschieden wird, insbesondere weil das IDW auch „subjektive Entscheidungswerte“ (IDW 2008, Rz. 48–58) anerkennt, negieren die Varianten der marktwertorientierten Konzeption einen solchen Unterschied. Deren „Marktwert“ ist indes kein Resultat realen Markthandelns, sondern ein formelgeborenes Mysterium (vgl. Matschke und Brösel 2013, S. 26–51, 676–746).

2.2 Subjektive Unternehmensbewertung

Der Durchbruch und Siegeszug der subjektiven Unternehmensbewertung gelang Mitte der 1960er Jahre (Busse von Colbe 1958; Sieben 1963; Jaensch 1966; Münstermann 1966; Sieben 1968).

Die subjektive Unternehmensbewertung wurde in Frontstellung zur ursprünglichen objektiven Unternehmensbewertung entwickelt. Sie wollte erfassen, was das Unternehmen unter Berücksichtigung der subjektiven Planungen und Vorstellungen eines konkreten Bewertungsobjekts für dieses wert ist. Die Verfechter der subjektiven Unternehmensbewertungstheorie vertraten einen zur objektiven Konzeption konträren Standpunkt: Unternehmenswerte sind subjektiv. Für jedes Bewertungsobjekt kann das Unternehmen einen verschiedenen Wert haben. Das Unternehmen hat nicht einen einzigen Wert, wie es der Idee der objektiven Konzeption entspricht, sondern nach der subjektiven Konzeption für jedes Bewertungsobjekt einen grundsätzlich verschiedenen Wert. „Den“ Unternehmenswert gibt es nicht, lautet die Kernaussage (vgl. weiterführend Matschke und Brösel 2013, S. 18–21).

Die subjektive Unternehmensbewertungskonzeption ist in Opposition zur damals herrschenden objektiven Lehre entstanden und aufgrund dieser Entstehungsgeschichte durchaus einseitig. Diese Einseitigkeit ist darin zu sehen, daß die subjektive Konzeption ausschließlich die Situation einer einzigen Konfliktpartei

betrachtet und daß die Aufgabenstellung eines Unparteiischen, der zwischen mehreren Konfliktpartei moderieren oder vermitteln soll, weder in ihrer theoretischen noch in ihrer praktischen Bedeutung richtig wahrgenommen und gewürdigt wird.

2.3 Funktionale Unternehmensbewertung

Mit dem Paradigmenwechsel zum Konzept der funktionalen Unternehmensbewertung Mitte der 1970er Jahre wurden die kontroversen Anschauungen objektiver und subjektiver Lehre überwunden. Zentraler Aspekt dieser Konzeption ist die Zweckabhängigkeit des (subjektiven) Unternehmenswertes (vgl. zum Überblick über Vertreter der funktionalen Bewertungslehre Matschke und Brösel 2013, S. 22–25).

Die funktionale Unternehmensbewertung betont die Notwendigkeit einer Aufgabenanalyse und die Abhängigkeit des Unternehmenswertes von der jeweiligen Aufgabenstellung (Zweck, Funktion). Ein Unternehmen hat nicht bloß für jeden Bewertungsinteressenten einen spezifischen Wert, sondern kann auch je nach Aufgabenstellung einen durchaus unterschiedlichen Wert haben. Die Bewertung erfolgt zweckabhängig: „Den“ Unternehmenswert kann es nicht geben.

Die funktionale Unternehmensbewertung kennt Haupt- und Nebenfunktionen, wobei die Hauptfunktionen (Entscheidungs-, Vermittlungs- und Argumentationsfunktion) im Vordergrund der Betrachtung stehen. Ihr Gemeinsames ist ihre Orientierung auf interpersonale Konfliktsituationen, die auf eine Änderung der Eigentumsverhältnisse des Bewertungsobjekts zielen. Erfolgen Bewertungen nicht mit der Absicht, die personellen Eigentumsverhältnisse zwischen den Konfliktparteien zu verändern, liegen Nebenfunktionen vor (vgl. Brösel 2006; Matschke und Brösel 2013, S. 66–80).



<http://www.springer.com/978-3-658-05716-9>

Funktionale Unternehmensbewertung

Eine Einführung

Matschke, M.J.; Brösel, G.

2014, VIII, 48 S. 1 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05716-9