

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b>	xi
<b>Vorworte</b>	xiii
<b>Vorbemerkungen des Übersetzers</b>	xvii
<b>Kapitel 1 Shareholder Value und Unternehmenszweck</b>	1
Das wachsende Interesse	2
Die unterschiedlichen Zielsetzungen von Management und Eigentümern	6
„Excellence“ und Restrukturierung	9
Begründung für den Shareholder-Value-Ansatz	12
Überblick über das Buch	14
<b>TEIL I PERFORMANCE-MESSUNG</b>	
<b>Kapitel 2 Die Unzulänglichkeiten der Zahlen aus dem Rechnungswesen</b>	19
Gewinn – ein unzuverlässiger Indikator	20
EPS-Wachstum und Eigentümerrendite	28
Das Problem mit der Rentabilität auf das investierte Kapital (ROI)	32

ROI versus DCF-Rendite – ein Beispiel	36
Weitere Unzulänglichkeiten des ROI	41
Unzulänglichkeiten der Rentabilität des Eigenkapitals (ROE)	43
Zahlen des Finanz- und Rechnungswesens in Perspektive	45
Der Datenbank-Ansatz für die betriebliche Rechnungslegung	46
<b>Kapitel 3 Der Shareholder-Value-Ansatz</b>	53
Schätzung des Shareholder Value	53
Die Schätzung des geschaffenen Shareholder Value	69
Kritische Marge	73
Das Shareholder-Value-Netzwerk	79
<b>TEIL II VERKNÜPFUNG VON WETTBEWERBS- UND SHAREHOLDER-VALUE-ANALYSE</b>	
<b>Kapitel 4 Das Grundgerüst der Wettbewerbsstrategie</b>	83
Ein Überblick	83
Wertkette	87
Die Vorgehensweise bei der Wettbewerbsanalyse	91
<b>Kapitel 5 Wertsteigernde Geschäftsstrategien</b>	105
Strategien auf Geschäftsfeld- und Unternehmensebene	107
Vorgehensweise bei der Strategiebewertung	111
Drei Fallbeispiele	114
Fragen der Umsetzung	135
<b>Kapitel 6 Finanzielle Tragfähigkeit von Strategien</b>	141
Nachhaltiges Wachstum versus nachhaltige Wertsteigerung	141
Finanziell tragbares Umsatzwachstum	150
<b>Kapitel 7 Signale des Aktienmarktes für das Management</b>	155
Unternehmensrendite versus Eigentümerrendite	156
Marktsignale lesen und richtig interpretieren	162
Konsequenzen für das Management	169

**TEIL III WEITERE ANWENDUNGSFELDER  
DES SHAREHOLDER-VALUE-ANSATZES**

<b>Kapitel 8 Leistungsbewertung und Entlohnung von Führungskräften</b>	<b>179</b>
Unzulänglichkeiten bestehender Systeme	180
Performance-Maßstäbe auswählen	182
Strategie und Performance verknüpfen	190
<b>Kapitel 9 Mergers &amp; Acquisitions</b>	<b>207</b>
Grundgerüst für die Wertsteigerung	210
Vorzüge von Zusammenschlüssen	216
Belege für die Vorteile von Zusammenschlüssen	226
Der Ablauf einer Akquisition	229
Bewertung einer Akquisition	234
Die Akquisition von Stokely-Van Camp durch Quaker Oats	236
<b>Anmerkungen und Literatur</b>	<b>253</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>271</b>

# Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 3-1</b>	Das Shareholder-Value-Netzwerk	79
<b>Abbildung 4-1</b>	Elemente der Branchenstruktur	85
<b>Abbildung 4-2</b>	Das grundlegende Modell einer Wertkette	88
<b>Abbildung 4-3</b>	Verbindung zwischen Wertkette und Cash-flows	89
<b>Abbildung 4-4</b>	Wettbewerbsanalyse und Strategiebewertung	91
<b>Abbildung 6-1</b>	Index des Wertsteigerungspotentials für vier Geschäftseinheiten	149
<b>Abbildung 7-1</b>	Der Prozeß des Signalisierens und Überwachens zwischen Kapitalgesellschaften und dem Aktienmarkt	163
<b>Abbildung 7-2</b>	Markterwartungen versus Prognosen des Managements	172
<b>Abbildung 9-1</b>	Quakers gesamte Eigentümerrenditen vor und nach dem Zusammenschluß	250