

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XIX
Symbolverzeichnis	XXV
Abbildungsverzeichnis	XXIX
Tabellenverzeichnis	XXXI
1 Einleitung	1
1.1 Motivation des Themas	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit.....	4
1.3 Wissenschaftstheoretische Einordnung	5
1.4 Gang der Untersuchung	9
2 Grundlagen der Preisbildung bei kontrollierten Auktionen	12
2.1 Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen von Unternehmensakquisitionen.....	12
2.1.1 Terminologie.....	12
2.1.2 Motivation aus der Perspektive des Käufers.....	16
2.1.2.1 Systematisierung.....	16
2.1.2.2 Marktwertsteigernde Motive	18
2.1.2.3 Nicht marktwertsteigernde Motive.....	22
2.1.3 Idealtypische Erwerbswege	24
2.2 Kontrollierte Auktionen als Erwerbsweg.....	28
2.2.1 Terminologie und Konzeption	28
2.2.2 Ablauf der Unternehmensakquisition	31
2.2.2.1 Vorbereitungsphase	31
2.2.2.2 Durchführungsphase	33
2.2.2.3 Verhandlungs- und Abschlussphase.....	36
2.2.3 Standard-Auktionsregeln als methodischer Ausgangspunkt	37
2.2.4 Ausgestaltung der Auktionsparameter in der Praxis.....	40
2.3 Unternehmenswert und Unternehmenspreis.....	42
2.3.1 Begriffliche Grundlagen: Wert und Preis	42
2.3.2 Tradierte Konzeptionen des Unternehmenswerts.....	43
2.3.3 Überblick über Verfahren der Unternehmensbewertung.....	46
2.3.4 Kaufpreis-Methoden-Netzwerk	50

3	Relevanz der Marktpreisprognose in der kontrollierten Auktion.....	55
3.1	Bieterseitiges Entscheidungskalkül in kontrollierten Auktionen.....	55
3.1.1	Bieterverhalten als Entscheidungsproblem.....	55
3.1.2	Ausgangssituation, Zielfunktionen und Nebenbedingungen.....	57
3.1.3	Flexible Planung des mehrphasigen Entscheidungsproblems	63
3.2	Ergebnisspektrum kontrollierter Auktionen aus Käufersicht	65
3.2.1	Überblick	65
3.2.2	Nicht kompetitives Szenario	66
3.2.3	Kompetitives Szenario ohne Verhandlung	69
3.2.4	Kompetitives Szenario mit Verhandlung.....	73
3.3	Isolierter Erklärungsansatz der Verhandlungskomponente	76
3.3.1	Charakteristika der Verhandlung in der kontrollierten Auktion.....	76
3.3.1.1	Überblick	76
3.3.1.2	Vertrauen, Commitment und Wissen	77
3.3.1.3	Informationsökonomische Eigenschaften des Transaktionsobjekts	80
3.3.2	Verhandlungsstrategie.....	81
3.3.2.1	Analyse des Verhandlungsobjekts als Basis der Strategiewahl	81
3.3.2.2	Überblick über Strategietypen	84
3.3.2.3	Anwendung auf die kontrollierte Auktion.....	88
3.3.2.3.1	Evaluation der Kooperationsstrategie.....	88
3.3.2.3.2	Evaluation der Konkurrenzstrategie	91
3.3.2.3.3	Evaluation der Kompromissstrategie.....	93
3.3.2.3.4	Implikationen für die Verhandlungstaktik	93
3.4	Isolierte Erklärungsansätze der Auktionskomponente	96
3.4.1	Einstufige Auktion	96
3.4.1.1	Revenue Equivalence Theorem (RET) als Ausgangspunkt	96
3.4.1.2	Diskussion der RET-Annahmen für die kontrollierte Auktion	99
3.4.1.3	Auktionsergebnisse.....	101
3.4.1.3.1	Überblick	101
3.4.1.3.2	Independent Private Values	102
3.4.1.3.3	Common Values	104
3.4.1.3.4	Synthese und Diskussion	106

3.4.2	Zweistufige Auktion	109
3.4.2.1	Modelltheoretische Erkenntnisse.....	109
3.4.2.1.1	Überblick	109
3.4.2.1.2	PERRY/WOLFSTETTER/ZAMIR (2000).....	109
3.4.2.1.3	HANSEN (2001).....	110
3.4.2.1.4	YE (2007).....	112
3.4.2.2	Diskussion	113
3.5	Übergreifender Erklärungsansatz.....	114
3.5.1	Transaktionsbeziehung als verbindendes Element	114
3.5.2	Erwartete Nutzenbeiträge aus dem Binding Offer.....	116
3.5.3	Kumulative Prospect Theory zur Erklärung der Transaktionsbeziehung	120
3.5.4	Marktpreisrelevanz	122
3.6	Zwischenfazit und Implikationen	124

4 Durchführung der Marktpreisprognose mittels marktorientierter

	Verfahren.....	127
4.1	Konzeption der Multiplikatorverfahren	127
4.1.1	Verfahrenscharakterisierung	127
4.1.1.1	Überblick	127
4.1.1.2	Funktionen.....	129
4.1.2	Investitions- und finanzierungstheoretische Fundierung	132
4.1.2.1	State-Preference-Ansatz als Ausgangspunkt.....	132
4.1.2.2	Vereinbarkeit von investitions- und finanzierungstheoretisch ermittelten Unternehmenswerten	134
4.2	Ausgestaltung marktorientierter Bewertungsverfahren	135
4.2.1	Bezugs- und Referenzgrößen.....	135
4.2.1.1	Systematisierung.....	135
4.2.1.2	Vorstellung einzelner Bezugsgrößen.....	138
4.2.2	Verdichtungsmethode	141
4.2.3	Zeitbezug	148
4.2.4	Auswahl der Peer Group.....	149
4.2.5	Bewertungszuschläge und Bewertungsabschläge.....	154
4.3	Theoretische Beurteilung marktorientierter Verfahren.....	155
4.3.1	Einsatz zur Unternehmensbewertung	155
4.3.2	Einsatz und Voraussetzungen zur Marktpreisprognose.....	160

5 Design des empirischen Verfahrensvergleichs.....	163
5.1 Einordnung und Würdigung des Forschungszweigs	163
5.2 Realisierte Preise als Benchmark für Prognoseergebnisse	165
5.3 Status quo empirischer Ergebnisse	170
5.3.1 Bezugsgröße.....	170
5.3.2 Verdichtungsmethode	172
5.3.3 Zeitbezug der Bezugsgröße.....	175
5.3.4 Zeitbezug der Referenzgröße	176
5.3.5 Auswahl der Peer Group.....	177
5.4 Hypothesenbildung	179
5.4.1 Konzeption des klassischen Hypothesentests	179
5.4.2 Branchen- und zeitunabhängige Hypothesen	181
5.4.2.1 Bezugsgröße	181
5.4.2.2 Verdichtungsmethode.....	186
5.4.2.3 Zeitbezug der Bezugsgröße	189
5.4.3 Branchenbezogene Hypothesen	190
5.4.3.1 Genereller Brancheneinfluss.....	190
5.4.3.2 Veränderung der Rangreihung	192
5.4.4 Zeitbezogene Hypothesen	196
5.5 Datengrundlage und Vorgehen zur Marktpreisprognose.....	199
5.6 Untersuchungsmethodik.....	204
5.6.1 Abweichungsmessung.....	204
5.6.2 Auswahl inferenzstatistischer Testverfahren	213
5.6.2.1 Branchen- und zeitunabhängige Hypothesen	213
5.6.2.2 Branchenbezogene Hypothesen.....	215
5.6.2.3 Zeitbezogene Hypothesen.....	218
6 Ergebnisse des empirischen Verfahrensvergleichs.....	220
6.1 Branchen- und zeitunabhängige Basisuntersuchung	220
6.1.1 Bezugsgröße.....	220
6.1.1.1 Stärke der Abweichung	220
6.1.1.2 Richtung der Abweichung	226
6.1.2 Verdichtung.....	230
6.1.2.1 Stärke der Abweichung	230
6.1.2.2 Richtung der Abweichung	234

6.1.3	Zeitbezug	237
6.1.3.1	Stärke der Abweichung	237
6.1.3.2	Richtung der Abweichung.....	240
6.1.4	Einflussstärke der Dimensionen	243
6.2	Branchenbezogene Untersuchung.....	246
6.2.1	Einfluss der Branche auf die Prognosegüte	246
6.2.2	Bezugsgröße.....	249
6.2.2.1	Stärke der Abweichung	249
6.2.2.2	Richtung der Abweichung.....	255
6.2.3	Zeitbezug	261
6.2.3.1	Stärke der Abweichung	261
6.2.3.2	Richtung der Abweichung.....	264
6.2.4	Verdichtung.....	268
6.2.4.1	Stärke der Abweichung	268
6.2.4.2	Richtung der Abweichung.....	273
6.3	Untersuchung der Zeitstabilität.....	278
6.3.1	Überblick	278
6.3.2	Branchenübergreifende Untersuchung.....	279
6.3.2.1	Bezugsgröße	279
6.3.2.2	Verdichtung	281
6.3.2.3	Zeitbezug	284
6.3.3	Branchenbezogene Untersuchung.....	286
6.3.3.1	Bezugsgröße	286
6.3.3.1.1	Überblick	286
6.3.3.1.2	Branchenindividuelle Entwicklungen und Empfehlungen.....	288
6.3.3.2	Verdichtungsmethode.....	292
6.3.3.3	Zeitbezug	294
6.3.4	Würdigung zeitbezogener Ergebnisse.....	296
6.4	Limitationen.....	297
7	Schlussbetrachtung.....	302
7.1	Zusammenfassung.....	302
7.2	Implikationen für die weitere Forschung.....	304
Anhang	307