

Gliederung des Moduls Wertorientiertes Controlling

1. Unternehmenswertmaximierung und Ansätze zur Operationalisierung

- 1.1. Einführung und Motivation: Wertorientierte Kennzahlen
- 1.2. Economic Value Added (EVA®)
- 1.3. CFROI

2. Effizienz

- 2.1. Abgrenzung Wertorientiertes Controlling
- 2.2. Aufgabenbereiche im Wertorientierten Controlling
- 2.3. Wertsteigerungshebel
- 2.4. Restrukturierung als übergreifendes Konzept
- 2.5. Personalabbauprogramme zur Steigerung des Shareholder Value

3. Working Capital Management

- 3.1. Relevanz des Working Capital Management aus Unternehmenssicht
- 3.2. Instrumente des Working Capital Management
 - 3.2.1. Forderungsmanagement
 - 3.2.2. Vorratsmanagement
 - 3.2.3. Verbindlichkeitsmanagement

4. Mergers & Acquisitions

- 4.1. Motive für Unternehmensakquisitionen
 - 4.1.1. Marktwertsteigernde Motive
 - 4.1.2. Nicht-marktwertsteigernde Motive
- 4.2. Ablauf von Unternehmenstransaktionen
 - 4.2.1. Prozessperspektive
 - 4.2.2. Informationsökonomische Perspektive
- 4.3. Due Diligence als Instrument zum Abbau von Informationsasymmetrien
 - 4.3.1. Terminologie
 - 4.3.2. Funktionen
 - 4.3.3. Terminierung, Planung und Organisation
 - 4.3.4. Due Diligence Reviews
- 4.4. Earnout-Klauseln in Unternehmenskaufverträgen
 - 4.4.1. Definition und Funktionen
 - 4.4.2. Gestaltungsmöglichkeiten
 - 4.4.3. Problembereiche

5. Value Reporting

- 5.1. Grundlagen
 - 5.1.1. Begriffliche und thematische Einordnung

- 5.1.2. Theoretische Hintergründe Gründe zum Value Reporting
- 5.1.3. Motivation von Value Reporting
- 5.2. Theoretische und praktische Ausgestaltung von Value Reporting
 - 5.2.1. Gestaltungsdimensionen und Konzepte
 - 5.2.2. Implementierung im HGB
 - 5.2.3. Implementierung in den IFRS

6. Nutzen der Fremdfinanzierung

- 6.1. Grundlagen
 - 6.1.1. Modigliani/Miller
 - 6.1.2. Pecking Order Theory
 - 6.1.3. Informationsasymmetrien
 - 6.1.4. Arten der Fremdfinanzierung
- 6.2. Effekte der Fremdfinanzierung
 - 6.2.1. Tax Shield
 - 6.2.2. Monitoring Funktion
 - 6.2.3. Private Equity und Leveraged Buyouts

7. Anreizsysteme

- 7.1. Theoretische Einordnung
 - 7.1.1. Prinzipal-Agent-Theorie
 - 7.1.2. Entscheidungstheoretische Grundlagen
- 7.2. Charakteristika von Anreizsystemen
- 7.3. Gestaltungsparameter von Anreizsystemen
 - 7.3.1. Anreize
 - 7.3.2. Belohnungsfunktion
 - 7.3.3. Auszahlungsmodus
- 7.4. Bemessungsgrundlagen in Anreizsystemen
 - 7.4.1. Arten von Bemessungsgrundlagen
 - 7.4.2. Anforderungen an Bemessungsgrundlagen
 - 7.4.3. Kennzahlenorientierte Bemessungsgrundlagen
 - 7.4.4. Aktienkursorientierte Bemessungsgrundlagen
- 7.5. Grenzen von Anreizsystemen

8. Werte als Instrument der Wertsteigerung

- 8.1. Aufgabenbereich des Wertorientierten Controllings
- 8.2. Subjektive Werte und ihre Bedeutung für den Unternehmenswert
 - 8.2.1. Fairness
 - 8.2.2. Reziprozität
 - 8.2.3. Reputation und Status
 - 8.2.4. Framing
- 8.3. Objektive Werte und ihre Bedeutung für den Unternehmenswert