

Dominik Aloys Letschert

Die Wertsteigerungsanalyse (Shareholder Value Analysis) als Instrument der strategischen Unternehmensplanung

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

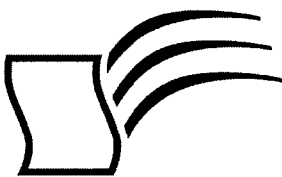
Copyright © 1997 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832413606

Die Wertsteigerungsanalyse (Shareholder Value Analysis) als Instrument der strategischen Unternehmensplanung

Dominik Aloys Letschert

Die Wertsteigerungsanalyse (Shareholder Value Analysis) als Instrument der strategischen Unternehmensplanung

**Diplomarbeit
an der Universität Hamburg
Januar 1997 Abgabe**



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

**Hermannstal 119 k
22119 Hamburg**

**agentur@diplom.de
www.diplom.de**

ID 1360

Letschert, Dominik Aloys: Die Wertsteigerungsanalyse (Shareholder Value Analysis) als Instrument der strategischen Unternehmensplanung / Dominik Aloys Letschert - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1999
Zugl.: Hamburg, Universität, Diplom, 1997

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —

Hermannstal 119 k —
22119 Hamburg —

Fon: 040 / 655 99 20 —
Fax: 040 / 655 99 222 —

agentur@diplom.de —
www.diplom.de —

INHALTSVERZEICHNIS

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	III
SYMBOLVERZEICHNIS	V
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	VI
 1 Problemorientierte Einführung	 1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Begriffliches.....	1
 2 Die Grundlagen der strategischen Unternehmensplanung.....	 3
2.1 Die Charakteristika der strategischen Unternehmensplanung.....	3
2.1.1 Die Entwicklung und Notwendigkeit	3
2.1.2 Der Gegenstand strategischer Unternehmensplanung	3
2.1.3 Abgrenzung und Einordnung.....	4
2.1.3.1 Operative Unternehmensplanung.....	4
2.1.3.2 Strategisches Controlling	4
2.1.3.3 Strategische Unternehmensführung	5
2.2 Die strategische Planung als Prozeß der strategischen Unternehmensführung.....	5
2.3 Das Zielsystem der strategischen Unternehmensplanung	7
2.3.1 Die Aufgaben eines Zielsystems.....	7
2.3.2 Die Zielarten und die inhaltliche Dimensionierung des Zielsystems	7
2.3.3 Die Unternehmenswertsteigerung als Element des Zielsystems.....	9
 3 Die Wertsteigerungsanalyse	 10
3.1 Die Konzeption der Wertsteigerungsanalyse.....	10
3.1.1 Die Entwicklung zu einer wertorientierten Unternehmensleitung.....	10
3.1.2 Das Ziel und die Funktionsweise der Wertsteigerungsanalyse.....	11
3.2 Die Bestimmung der Einzelelemente der Wertsteigerungsanalyse.....	12
3.2.1 Die operativen Wertbestimmungsgrößen	12
3.2.2 Der frei verfügbare „Cash-Flow“	13
3.2.3 Der Prognosehorizont	15
3.2.4 Der Kapitalisierungszinssatz	16
3.2.5 Der Unternehmensendwert	17
3.3 Die Operationalisierung der Wertsteigerungsanalyse.....	20
3.3.1 Die Wertsteigerungsprognose mittels der Schwellenertragswert- analyse	20
3.3.2 Die Gewinnmargenspanne als Bewertungskriterium für Strategien	21