

1	Das mittelständische Unternehmen und sein wirtschaftliches Umfeld	1
1.1	Begriff des Mittelstandunternehmens	1
1.2	Bedeutung des mittelständischen Unternehmertums	3
1.3	Konjunkturelle Situation	4
1.4	Marktentwicklungen und ihre Konsequenzen für mittelständische Unternehmen	5
2	Die strategische Planung	9
2.1	Wesen der strategischen Planung	9
2.2	Prozeß der Strategieplanung	10
2.2.1	Bildung strategischer Geschäftseinheiten	11
2.2.2	Strategische Analyse und Prognose von Umwelt und Unternehmung	11
2.2.3	Formulierung strategischer Ziele	16
2.2.4	Entwicklung von Strategien	18
2.2.5	Durchführungsplanung für strategische Maßnahmen	20
2.2.6	Strategische Kontrolle und Anpassung	21
2.3	Instrumente der Strategieplanung	22
2.3.1	Das Lebenszykluskonzept	23
2.3.2	Die Gap-Analyse	24
2.4	Notwendigkeit einer strategischen Planung	27
2.4.1	Umweltspezifische Erfordernisse	27
2.4.2	Betriebsspezifische Erfordernisse	31
3	Handlungsmöglichkeiten des Managements dargestellt anhand ausgewählter Beispiele aus der Praxis	39
3.1	Unternehmensführung unter Verzicht auf strategische Planung dargestellt am Beispiel einer Werkzeugbau- und Stanzfabrik	39
3.1.1	Unternehmensdaten und -situation	39
3.1.2	Lageanalyse und -prognose	42
3.1.3	Eine Strategie als Lösung	43

3.2	Optionen der Weiterentwicklung dargestellt am Beispiel einer Möbelfabrik	44
3.2.1	Situationsbeschreibung	44
3.2.2	Strategische Lösung	46
3.3	Umstrukturierungsmaßnahmen dargestellt am Beispiel eines Werkzeugbauunternehmens	50
3.3.1	Beschreibung der unternehmerischen Situation	51
3.3.2	Strategische Lösung	52
3.4	Kooperation mit anderen Firmen dargestellt am Beispiel eines Unternehmens aus der Möbelindustrie	52
3.4.1	Begriff und Merkmale der Kooperation	53
3.4.2	Gestaltungsoptionen	53
3.4.2.1	Bindungsintensität	54
3.4.2.2	Bindungsrichtung	56
3.4.3	Kooperationsmotive	57
3.4.3.1	Erfolgspotentiale horizontaler Verflechtungen	57
3.4.3.2	Erfolgspotentiale vertikaler Verflechtungen	61
3.4.4	Wesentliche Voraussetzungen einer erfolgreichen Partnerschaft	62
3.4.5	Fall einer erfolgreichen Kooperation	67
3.5	Unternehmensakquisition dargestellt am Beispiel eines Unternehmens aus dem Bereich der Stanztechnik	68
3.5.1	Ablauf einer Akquisition	69
3.5.2	Möglichkeiten der Kaufpreisfinanzierung	83
3.5.2.1	Generelle Überlegungen zur Finanzierung	83
3.5.2.2	Klassische Finanzierungsformen	84
3.5.2.3	M&A-spezifische Sonderformen	86
3.5.3	Fall einer Unternehmensakquisition mit Finanzierungsbeispiel	89
3.6	Unternehmensverkauf dargestellt am Beispiel eines Unternehmens aus dem Bereich des Stahl- und Apparatebau	92
3.6.1	Situation auf dem "M&A"-Markt	93
3.6.2	Unternehmensbewertung als Grundlage der Kaufpreisfindung	94
3.6.2.1	Grundsätzliches zur Unternehmensbewertung	94
3.6.2.2	Das Ertragswertverfahren	96
3.6.2.3	Weitere Bewertungsverfahren	104

3.6.3	Fall zum Unternehmensverkauf mit Bewertungsbeispiel	108
3.7	Liquidation	112
3.7.1	Gesetzliche Rahmenbedingungen und Vorgehensweise	113
3.7.2	Die Liquidationswertermittlung	115
3.7.3	Fall einer Liquidation	116
3.8	Sonstige Möglichkeiten	121
4	Schlußbetrachtung	122
	LITERATURVERZEICHNIS	123
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	131
	SACHREGISTER	132
	AUTORENVERZEICHNIS	134