

# Inhalt

## **Danksagung** 9

## **Einführung** 11

- Warum wertorientierte Unternehmensführung? 11
- Für wen ist dieses Buch gedacht? 13
- Wie können Sie das Buch in drei Stunden lesen? 14
- Welche Themen finden Sie im Buch? 15
- Raumklima AG: Das Interview zur Wertorientierung 18

## **Teil I**

## **Wertorientierte Leistungsmessung** 23

### **Kapitel 1**

#### **Value Reporting: Die Unternehmensleistung wertorientiert messen** 25

- Vom Marktwert zur Unternehmensleistung 26
- xVA pragmatisch berechnen 36
- Wertorientierte Kennzahlenanalyse verwenden 44
- 1. Raumklima AG: Die Suche nach dem richtigen Leistungsmaßstab 52
- 1. Lektionen aus der Praxis 60

### **Kapitel 2**

#### **Value Benchmarking: Das Unternehmen positionieren** 67

- Operatives mit Value Benchmarking ergänzen 68
- Unternehmensvergleiche mit einer großen Stichprobe durchführen 71
- Mit Driver Benchmarking die Unternehmensleistung beurteilen 78
- Mit Multiple Benchmarking Marktwerte beurteilen 84
- 2. Raumklima AG: »Keeping up with the Joneses« –  
Vergleiche mit der Konkurrenz 90
- 2. Lektionen aus der Praxis 97

## **Teil II**

### **Wertorientierte Strategieentscheidungen 103**

#### **Kapitel 3**

##### **Goal Setting: Strategische Ziele mit Value Added Zielen ergänzen 105**

Value Added Ziele aus dem Marktwert des Unternehmens ableiten 108

Value Added Ziele berechnen 113

Plausibilität von Value Added Zielen beurteilen 119

3. Raumklima AG: Was Investoren (wirklich) wollen ... 124

3. Lektionen aus der Praxis 129

#### **Kapitel 4**

##### **Portfolio Strategy: Wertschöpfungspotenziale identifizieren 133**

Fallen bei der finanziellen Führung von Strategischen Geschäftseinheiten 135

Portfoliomanagement wertorientiert durchführen 137

EMR-Analyse zur Risikobeurteilung von Akquisitionen 148

4. Raumklima AG: Strategien in den Schweizer Alpen 153

4. Lektionen aus der Praxis 160

## **Teil III**

### **Verankerung der Wertorientierung 163**

#### **Kapitel 5**

##### **Bonus Plan: Gewinnbeteiligung wertorientiert ausgestalten 165**

Defizite traditioneller Bonuspläne 167

Anforderungen an einen wertorientierten Bonusplan 175

Design eines wertorientierten Bonusplans 176

5. Raumklima AG: Manager zu Mitunternehmern machen 188

5. Lektionen aus der Praxis 193

#### **Kapitel 6**

##### **Equity Plan: Kapitalbeteiligung wertorientiert ausgestalten 197**

Verbreitung von Kapitalbeteiligungsplänen 198

Kritische Punkte bei der Ausgestaltung von Kapitalbeteiligungsplänen 200

Gründe für eine Kapitalbeteiligung 204

Design einer wertorientierten Kapitalbeteiligung 208

6. Raumklima AG: Mit Kapitalbeteiligung die Identifikation steigern 217

6. Lektionen aus der Praxis 221

## **Kapitel 7**

### **Risk Assessment: Wertorientierte Risikobeurteilung durchführen** 225

Szenarioanalyse versus Simulation 227

Risikobeurteilung von Businessplänen 230

Risikobeurteilung eines Vergütungssystems 238

7. Raumklima AG: Mit Monte Carlo im Unternehmen Wert generieren 251

7. Lektion aus der Praxis 258

## **Anhang** 263

Abkürzungsverzeichnis 263

Definitionen 265

Literatur 279

Register 283

