



Postanschrift

Universität Bayreuth
95440 Bayreuth

Besucheradresse

Zapf-Gebäude, Haus 1
Nürnberger Straße 38
95448 Bayreuth

Telefon 0921/55-4681

Telefax 0921/55-4631

E-Mail controlling@uni-bayreuth.de

Internet www.controlling.uni-bayreuth.de

Gliederung zur Veranstaltung 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