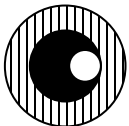


# **Unternehmenswertsteigerung**

Leitfaden zur methodengestützten Wertsteigerung in Unternehmen

Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Horst Wildemann



TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG  
Leopoldstr. 145 • 80804 München  
Tel. 089-36 05 23-0 • [mail@tcw.de](mailto:mail@tcw.de) • [www.tcw.de](http://www.tcw.de)

Horst Wildemann

## **Unternehmenswertsteigerung**

Leitfaden zur methodengestützten Wertsteigerung in Unternehmen

Copyright by TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG  
20. Auflage 2021

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

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

### **Wildemann, Horst**

Unternehmenswertsteigerung

Leitfaden zur methodengestützten Wertsteigerung in Unternehmen

ISBN 978-3-934155-39-8

TCW Transfer-Centrum für Produktions-Logistik und Technologie-Management GmbH & Co. KG  
Leopoldstr. 145 • 80804 München  
Tel. 089-36 05 23-0 • [mail@tcw.de](mailto:mail@tcw.de) • [www.tcw.de](http://www.tcw.de) •

Alle Rechte, auch die der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form, auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Der „Unternehmenswert als Herausforderung“ rückt in den Vordergrund der betriebswirtschaftlichen Diskussion. Was ist die Ursache? Ein entscheidender Grund liegt in der zunehmenden Dynamik des Unternehmensgeschehens, die mit der herkömmlichen Steuerungsgröße, wie Gewinn, nur noch begrenzt abgebildet werden kann.

Wertsteigerung setzt bereits bei der strategischen Entscheidung an. So lässt sich Wertsteigerung intern durch Konzentration auf Kernkompetenzen und Netzbildung, durch Internationalisierung aus eigener Kraft, durch Akquisition, Kooperation und Fusion sowie durch die Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen mit Hilfe von Innovationen und neuen Technologien erreichen.

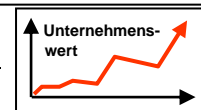
Mit diesem Leitfaden soll ...

- ... Konzepte und Methoden zur Erreichung einer wettbewerbsfähigen Wertsteigerung im Unternehmen aufzeigen,
- ... auf Basis praxiserprobter Strategien, Konzepte und Methoden erfolgreiche Wege zur Wertsteigerung bieten,
- ... mithilfe von Fallstudien und das Value Creation Program Vorgehensweisen aufzeigen, die bereits in verschiedene Branchen zur Wertsteigerung führen.

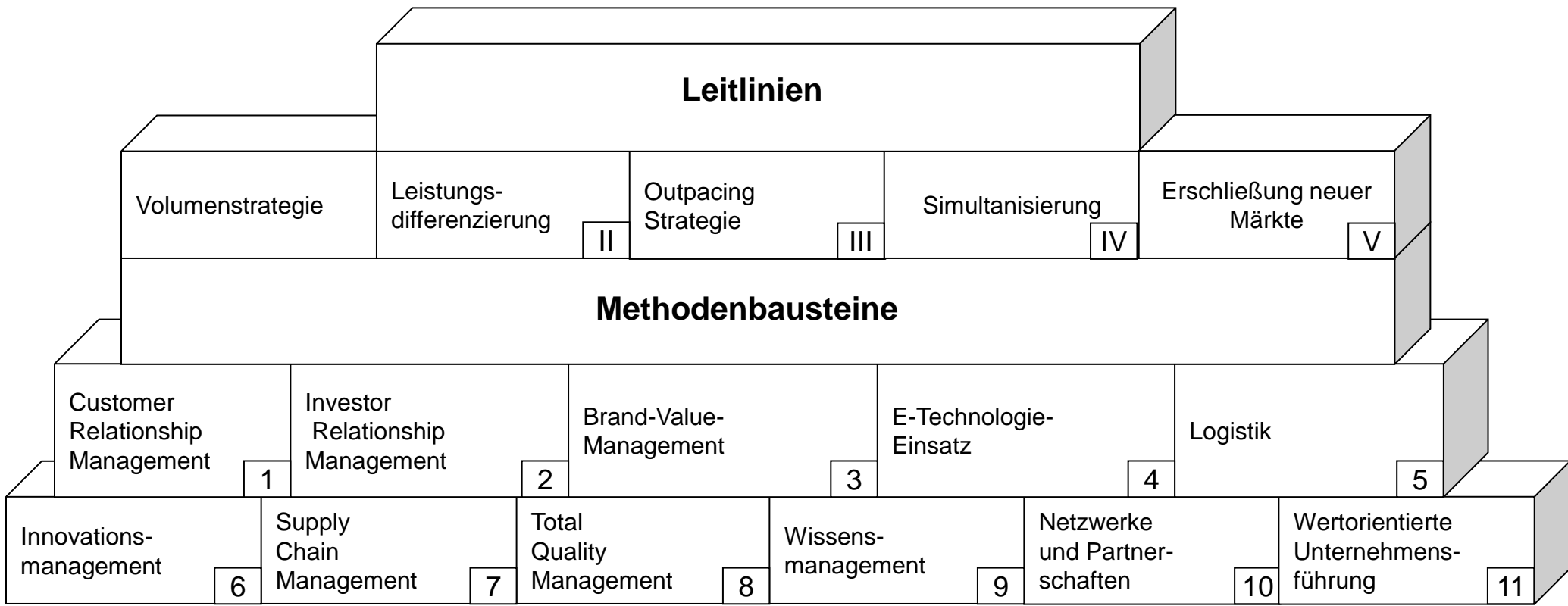


# Inhalt

A. Einführung	1	Wertsteigerung
	2	Ausgangssituation und Trends
	3	Chancen und Risiken
B. Betriebs- wirtsch. Wirkung	4	Interne und externe Wirkungsrichtungen
	5	Potenzialquellen
	6	Kennzahlen
C. Baustein- konzept	7	Leitlinien
	8	Gestaltungsfelder
	9	Methoden
D. Vor- gehens- weisen	10	Handlungsempfehlungen
	11	Value Creation Program
E. Fall- studien	12	Fallstudie A
	13	Fallstudie B
	14	Fallstudie C
	15	Fallstudie D



# Die Leitlinien ...



 ... geben die Stoßrichtung zum zielgerichteten Einsatz der Methoden an.

