

Unternehmens- nachfolge

Von

Univ.-Prof. Dr. habil. Thomas Hering

Dipl.-Kfm. Dr. Michael Olbrich

Stiftungslehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre,
insbesondere Unternehmensgründung und
Unternehmensnachfolge
Fern-Universität Hagen

R. Oldenbourg Verlag München Wien

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
I. Anspruch und Theoriebedarf der Unternehmensnachfolge	1
II. Grundlagen der Unternehmensnachfolge	3
1. Begriff der Unternehmensnachfolge	3
2. Unternehmensnachfolge und Unternehmensgründung	9
3. Bedeutung der Unternehmensnachfolge in der Praxis	13
III. Unternehmensnachfolge als betriebswirtschaftliches Problem	17
1. Entscheidung für die Unternehmensnachfolge	17
1.1 Zielabhängigkeit der Nachfolgeentscheidung	17
1.2 Ursachen der Unternehmensnachfolge	22
1.2.1 Exkurs: Ursachen der Unternehmensübernahme	22
1.2.2 Einzelerfolgsschwäche	37
1.2.3 Negative Synergieeffekte	39
2. Formen der Unternehmensnachfolge	41
2.1 Bedeutung der Nachfolgeform	41
2.2 Unentgeltliche Übertragung des Unternehmens	42
2.2.1 Vererbung	42
2.2.2 Schenkung	52
2.2.3 Stiftung	55
2.3 Entgeltliche Übertragung des Unternehmens	59
3. Wahl der Nachfolgeform	63
3.1 Komplexität der Formwahl	63
3.2 Gesellschafterindependenz und Gesellschafterdependenz	64

IV. Heuristische Nachfolgeplanung	73
1. Nachfolgeplanung als schlechtstrukturiertes Problem	73
1.1 Begriff der Heuristik	73
1.2 Strukturdefekte der Unternehmensnachfolge	74
1.3 Aufbau der Nachfolgeheuristik	80
2. Basisstrategien der Unternehmensnachfolge	83
2.1 Wesen der Basisstrategien	83
2.2 Einzelnachfolge	85
2.2.1 Augenblickliche Einzelnachfolge	85
2.2.1.1 Vererbung	85
2.2.1.1.1 Charakteristika	85
2.2.1.1.2 Gestaltung	89
2.2.1.2 Schenkung	93
2.2.1.2.1 Charakteristika	93
2.2.1.2.2 Gestaltung	98
2.2.1.3 Stiftung	104
2.2.1.3.1 Charakteristika	104
2.2.1.3.2 Gestaltung	110
2.2.1.4 Verkauf	114
2.2.1.4.1 Charakteristika	114
2.2.1.4.2 Gestaltung	120
2.2.2 Gestreckte Einzelnachfolge	139
2.2.2.1 Vererbung	139
2.2.2.1.1 Charakteristika	139
2.2.2.1.2 Gestaltung	141
2.2.2.2 Schenkung	142
2.2.2.2.1 Charakteristika	142
2.2.2.2.2 Gestaltung	144
2.2.2.3 Stiftung	145
2.2.2.3.1 Charakteristika	145
2.2.2.3.2 Gestaltung	149
2.2.2.4 Verkauf	151
2.2.2.4.1 Charakteristika	151
2.2.2.4.2 Gestaltung	153

2.3 Gruppennachfolge	155
2.3.1 Augenblickliche Gruppennachfolge	155
2.3.1.1 Vererbung	155
2.3.1.1.1 Charakteristika	155
2.3.1.1.2 Gestaltung	158
2.3.1.2 Schenkung	160
2.3.1.2.1 Charakteristika	160
2.3.1.2.2 Gestaltung	161
2.3.1.3 Stiftung	163
2.3.1.3.1 Charakteristika	163
2.3.1.3.2 Gestaltung	164
2.3.1.4 Verkauf	165
2.3.1.4.1 Charakteristika	165
2.3.1.4.2 Gestaltung	167
2.3.2 Gestreckte Gruppennachfolge	168
2.3.2.1 Vererbung	168
2.3.2.1.1 Charakteristika	168
2.3.2.1.2 Gestaltung	169
2.3.2.2 Schenkung	170
2.3.2.2.1 Charakteristika	170
2.3.2.2.2 Gestaltung	172
2.3.2.3 Stiftung	173
2.3.2.3.1 Charakteristika	173
2.3.2.3.2 Gestaltung	175
2.3.2.4 Verkauf	177
2.3.2.4.1 Charakteristika	177
2.3.2.4.2 Gestaltung	178
3. Kombinativstrategien der Unternehmensnachfolge	179
3.1 Wesen der Kombinativstrategien	179
3.2 Kombinativstrategien zweier Nachfolgeformen	180
3.2.1 Kombinativstrategie Schenkung-Vererbung	180
3.2.2 Kombinativstrategie Stiftung-Vererbung	182
3.2.3 Kombinativstrategie Stiftung-Schenkung	183
3.2.4 Kombinativstrategie Schenkung-Verkauf	184
3.2.5 Kombinativstrategie Verkauf-Vererbung	185
3.2.6 Kombinativstrategie Verkauf-Stiftung	186

V. Strategiewahl des Unternehmenseigners	18'
1. Strategiewahl bei Gewinnmaximierungsabsicht	18'
2. Strategiewahl bei anderen Zielen	190
2.1 Sicherung der Unternehmensfortführung	190
2.2 Sicherung des Familieneinflusses	198
Literaturempfehlungen	201
Literaturverzeichnis	203
Lösungen zu den Aufgaben	219
Stichwortverzeichnis	229