

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung und Begriffsabgrenzung	1
B. Transaktionspartner und Prozessablauf.....	5
I. Verkäuferseite	5
1. Gesellschafter	5
2. Weitere mögliche Transaktionspartner auf Verkäuferseite	6
II. Käuferseite	7
1. Strategische Käufer.....	7
2. Finanzinvestoren.....	10
III. Prozessablauf	15
1. Erstellung eines „Information Memorandums“	16
2. Identifikation potentieller Investoren	17
3. Investorenansprache und Aufbau der Verhandlungsposition im Bieterverfahren	19
4. „Management-Presentation“	20
5. „Due Diligence“	21
6. Unternehmensbewertung in der Krise und Kaufpreisfindung	21
a) Fehlende finanz- und betriebswirtschaftliche Informationen	23
b) Planung und Prognose der freien „Cash-flows“	24
c) Eintrittswahrscheinlichkeiten der Prognose.....	25
d) Kaufpreisgestaltung.....	28
C. Der Unternehmensverkauf im Insolvenzverfahren	31
I. Das Insolvenzverfahren.....	31
1. Allgemeines.....	31
2. Durchführung des Insolvenzverfahrens.....	32
II. Der Zeitpunkt der Veräußerung eines Unternehmens.....	36
1. Die Veräußerung vor Stellung des Insolvenzantrags.....	36
2. Die Veräußerung im Insolvenzeröffnungsverfahren	46
3. Der Unternehmensverkauf im eröffneten Insolvenzverfahren	49
4. Haftung und Garantien	57

D. Unternehmensverkauf im Insolvenzplanverfahren	61
I. Gestaltungsmöglichkeiten des Insolvenzplans	62
1. Sanierungsplan	63
2. Liquidationsplan	64
3. Sonstiger Plan	64
II. Ablauf des Insolvenzplanverfahrens	65
1. Vorlage des Insolvenzplans	65
2. Inhalt und Aufbau des Insolvenzplans	66
3. Vorprüfungs-, Anhörungs- und Auslegungsverfahren	74
4. Annahme und Bestätigung des Plans	76
III. Rechtswirkungen des bestätigten Insolvenzplans	81
1. Aufhebung des Insolvenzverfahrens	81
2. Materiell-rechtliche Wirkungen	82
3. Zwangsvollstreckung aus dem Insolvenzplan	84
IV. Die Planüberwachung	85
1. Grundlage der Planüberwachung	85
2. Zustimmungsvorbehalte	85
3. Kreditrahmenvereinbarung	85
4. Aufhebung und Kosten der Planüberwachung	86
E. Problemfelder	87
I. Betriebswirtschaftliche Probleme bei der Ermittlung der Fortführungsprognose	87
II. Emotionale Probleme	88
III. Zeitlicher Druck „versus“ Diskretion	89
IV. Individuelle Interessen der „Stakeholder“	91
F. Fazit	97
Nachwort	103
Literaturverzeichnis	105

Unternehmensverkauf in der Krise
Erfolgreiche Strategien für den Werterhalt
Allert, A.; Seagon, C.
2007, XIV, 111 S., Hardcover
ISBN: 978-3-540-72979-2