

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 3. Auflage .....	VII
Vorwort zur 2. Auflage .....	IX
Aus dem Vorwort zur 1. Auflage .....	X
Herausgeber .....	XVII
Autorinnen und Autoren .....	XIX
Abkürzungsverzeichnis .....	XXV
<b>1 Mergers &amp; Acquisitions: Drei Perspektiven auf ein komplexes Phänomen .....</b>	<b>1</b>
<i>Günter Müller-Stewens/Sven Kunisch/Andreas Binder/Christoph Schalast</i>	
<b>Teil A M&amp;A aus Marktperspektive .....</b>	<b>11</b>
<b>2 Einleitung zum M&amp;A-Markt .....</b>	<b>13</b>
<i>Günter Müller-Stewens/Stefan Schneider</i>	
<i>Analysen und Trends</i>	
<b>3 M&amp;A als Wellen-Phänomen: Analyse und Erklärungsansätze .....</b>	<b>25</b>
<i>Günter Müller-Stewens/Stefan Schneider</i>	
<b>4 Der deutsche M&amp;A-Markt im 20. und 21. Jahrhundert: Entwicklungen und Analysen ...</b>	<b>65</b>
<i>Florian Bauer/Henning Düsterhoff/Sven Kunisch</i>	
<b>5 M&amp;A in Österreich: Vom Boom zur strategischen Differenzierung – ein Markt reift .....</b>	<b>103</b>
<i>Nikolaus Lang/Wolfgang Lattacher/Jana Herfurth</i>	
<b>6 ESG – Due Diligence als neue Pflicht im M&amp;A? .....</b>	<b>123</b>
<i>Jörg Richard</i>	
<b>7 Cybersecurity bei M&amp;A-Transaktionen .....</b>	<b>135</b>
<i>Martin Hampel/Wolfgang Eidt/Florian Düvelius</i>	
<b>8 M&amp;A und Direktbeteiligungen im familiär geprägten Mittelstand und in Unternehmerfamilien .....</b>	<b>159</b>
<i>Philipp A. Bierl</i>	
<i>M&amp;A als Profession</i>	
<b>9 M&amp;A als Beratung: Dienstleistungsspektrum und Beratertypen .....</b>	<b>175</b>
<i>Günter Müller-Stewens/Kai-Christian Muchow</i>	

<b>10</b>	<b>Geschäftsmodelle von selbstständigen M&amp;A-Beratungen</b> .....	191
	<i>Siegfried L. Druker/Frank Ponndorf</i>	
<b>11</b>	<b>M&amp;A und Politik</b> .....	201
	<i>Berthold Fürst/Stephan Leithner</i>	
<b>12</b>	<b>Exzellenz bei M&amp;A – Aufbau erfolgreicher M&amp;A-Funktionen</b> .....	213
	<i>Patrick Beitel/Jörg Mußhoff</i>	
<b>13</b>	<b>Vom juristischen Service Provider zum Projekt Manager – Die Rolle von Juristen in M&amp;A-Prozessen</b> .....	221
	<i>Christof Lamberts</i>	
	<b>Teil B M&amp;A aus Transaktionsperspektive</b> .....	235
<b>14</b>	<b>Mergers &amp; Acquisitions: Transaktionsdurchführung</b> .....	237
	<i>Günter Müller-Stewens/Kai-Christian Muchow</i>	
	<i>Planung und Durchführung</i>	
<b>15</b>	<b>Unternehmensbewertung und Kaufpreisfindung im Rahmen von M&amp;A</b> .....	255
	<i>Dominik Degen/Daniel Kim/Jens Kengelbach</i>	
<b>16</b>	<b>Werttreiberbasierte Finanzplanung im Rahmen der Unternehmenstransaktion</b> .....	279
	<i>Lars Böhle</i>	
<b>17</b>	<b>Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen</b> .....	291
	<i>Wolfgang Berens/Thorsten Knauer/Anja Schwering</i>	
<b>18</b>	<b>Cultural Due Diligence als Erfolgsfaktor für internationale M&amp;A-Transaktionen: Konzept, Praxisschlaglicht und Empfehlungen</b> .....	311
	<i>Claus Steinle/Timm Eichenberg</i>	
<b>19</b>	<b>Kommunikation als Erfolgsfaktor bei M&amp;A- und Integrationsprozessen</b> .....	327
	<i>Kristin Alena Sadowski/Felix Morlock/Philip Dixel</i>	
<b>20</b>	<b>Psychologie ist nicht alles – aber ohne Psychologie ist alles nichts!</b> .....	347
	<i>Uwe Böning</i>	
<b>21</b>	<b>Private Auktionen im M&amp;A-Kontext – Ausgewählte Best-Practice-Beispiele aus Verkäuferperspektive</b> .....	367
	<i>Frédéric Rochat/Johannes Korp</i>	