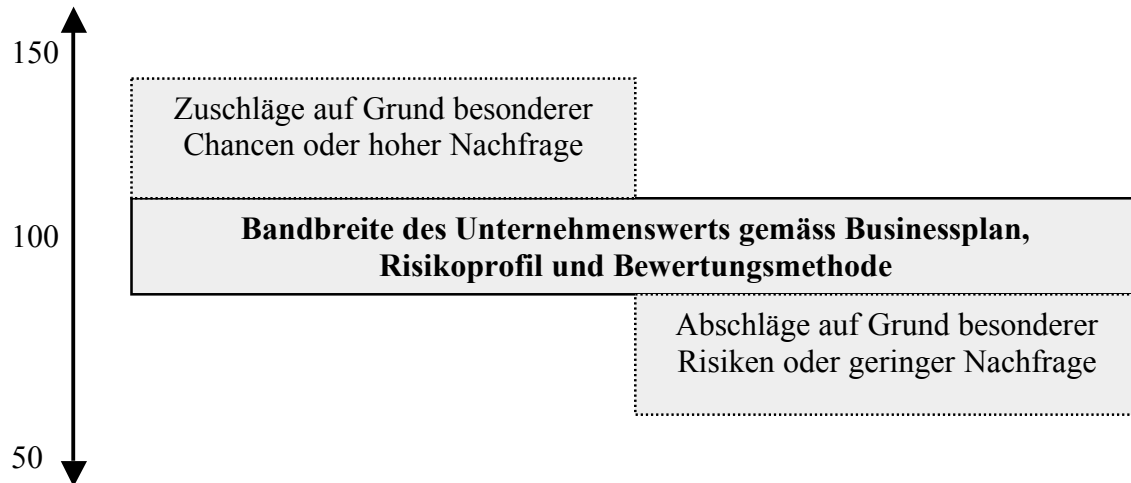


Bandbreite der Kaufpreisfindung



Beispiele von Zuschlägen und Abschlägen auf dem rechnerischen Unternehmenswert

Beispiele mit positivem Einfluss auf den Verkaufspreis	Beispiele mit negativem Einfluss auf den Verkaufspreis
<p>↑</p> <ul style="list-style-type: none"> Wachstumsbranche Verkauf an einen strategischen Investor Synergiepotentiale mit dem Käufer Hoher Bekanntheitsgrad von Marken Innovative Technologien Hohe Marktanteile Gut eingeführte Vertriebsorganisation Multiplizierbare Systeme Neue Produkte in Entwicklung Schlanke Prozesse Hohes Kaufinteresse 	<p>↓</p> <ul style="list-style-type: none"> Gesättigte Branche Ungünstiges Risikoprofil Hoher Wettbewerbsdruck Abhängigkeit von Schlüsselpersonen Abhängigkeit von einzelnen Kunden Langfristige Kostenbindungen (Mitarbeiter, Gebäude, Lieferanten) Überholte Technologien Substitutionsgefahren Komplexe Strukturen und Prozesse Geringes Kaufinteresse