
Finanzwirtschaft, Unternehmens- bewertung & Revisionswesen

Herausgegeben von

M. J. Matschke, Greifswald, Deutschland

Th. Hering, Hagen, Deutschland

M. Olbrich, Saarbrücken, Deutschland

H. E. Klingelhöfer, Pretoria, Südafrika

G. Brösel, Hagen, Deutschland

In dieser Schriftenreihe werden betriebswirtschaftliche Forschungsergebnisse zu aktuellen Fragestellungen der betrieblichen Finanzwirtschaft und des Revisionswesens im allgemeinen sowie der Unternehmensbewertung im besonderen präsentiert. Die Reihe richtet sich an Leser in Wissenschaft und Praxis. Sie ist als Veröffentlichungsplattform für alle herausragenden Arbeiten auf den genannten Gebieten offen, unabhängig davon, wo sie entstanden sind.

Herausgegeben von

Prof. Dr. Manfred Jürgen Matschke
Ernst-Moritz-Arndt-Universität
Greifswald

Prof. Dr. Heinz Eckart Klingelhöfer
Tshwane University of Technology
Pretoria

Prof. Dr. Thomas Hering
FernUniversität in Hagen

Prof. Dr. Gerrit Brösel
FernUniversität in Hagen

Prof. Dr. Michael Olbrich
Universität des Saarlandes Saarbrücken

Michael Olbrich

Unternehmens- nachfolge durch Unternehmensverkauf

2., aktualisierte Auflage

 Springer Gabler

Michael Olbrich
Saarbrücken, Deutschland

ISBN 978-3-8349-4094-0
DOI 10.1007/978-3-8349-4095-7

ISBN 978-3-8349-4095-7 (eBook)

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

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2005, 2014

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-gabler.de

Vorwort zur zweiten Auflage

Bei dem vorliegenden Werk handelt es sich um die zweite Auflage der Monographie „Die Unternehmungsnachfolge aus der Sicht des Verkäufers“, die 2004 von dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Fern-Universität Hagen als Habilitationsschrift angenommen und 2005 unter dem Titel „Unternehmungsnachfolge durch Unternehmungsverkauf“ publiziert wurde.

Die Erstveröffentlichung liegt fast ein Jahrzehnt zurück, aber das Thema ist auch heute von uneingeschränkter Relevanz. Ursache hierfür sind die Änderungen zahlreicher juristischer Rahmenbedingungen in den letzten Jahren, vor allem im Steuer- und Erbrecht, neue Forschungsergebnisse, zum Beispiel im Bereich der Unternehmungsbewertung, und die weiterhin erhebliche Zahl von Nachfolgefällen in der Praxis. Diese Relevanz und das offensichtlich bestehende Interesse an theoretischer Grundlagenforschung zur Unternehmungsnachfolge, das sich in dem raschen Abverkauf der ersten Auflage niederschlug, waren Auslöser für die Anfertigung dieser Zweitaufgabe. Hierzu wurden inzwischen erschienene neue Publikationen zum Thema eingearbeitet, juristische Entwicklungen berücksichtigt und betriebswirtschaftliche Schlußfolgerungen entsprechend angepaßt. Die zitierten Quellen erfuhren eine Aktualisierung, soweit sie in neuen Auflagen erschienen sind. Da festzustellen ist, daß manche Autoren Problemstellungen in der Neuauflage oberflächlicher als in der Altaufgabe behandeln (womöglich eine Folge der „Bachelorisierung“ des BWL-Studiums im Zuge von Bologna), wurde in diesen Fällen weiterhin die Altaufgabe zitiert.

Danken möchte ich an erster Stelle meiner wissenschaftlichen Mitarbeiterin Frau Dipl.-Kffr. ANNA ELISA NIKOLIS, die mich bei der Sichtung der seit der Erstauflage erfolgten neuen Publikationen und Gesetzesänderungen umfassend unterstützte und die daraus resultierenden betriebswirtschaftlichen Konsequenzen in zahlreichen Gesprächen mit mir diskutierte. Herrn Kollegen LUTZ RICHTER gilt mein Dank für einige wertvolle Hinweise zu steuerlichen Fragestellungen. Für die stets zügige Beschaffung des benötigten Schrifttums danke ich meinen studentischen Mitarbeitern, Herrn stud. rer. oec. FLORIAN FOLLERT, Frau KAROLIN LARISCH, B.Sc., Frau JULIA SCHMIDT, B.Sc., Herrn ALEXANDER SCHMITT, B.Sc., Herrn MARKUS SCHOLL, B.Sc. und Herrn CHRISTOPH VENITZ, B.Sc.

Nicht zuletzt gilt mein Dank meinem verehrten Habilvater, Herrn Kollegen THOMAS HERING, für die Anregung und Betreuung der ersten Auflage dieser Arbeit.

Geleitwort zur ersten Auflage

Die Unternehmungsnachfolge ist eine Problemstellung aus dem Kernbereich der Betriebswirtschaftslehre, denn sie tritt regelmäßig im Lebenszyklus einer jeden Unternehmung auf. Es überrascht, daß sich in der Literatur trotz dieser allgemeinen Bedeutung des Nachfolgevorgangs dennoch vergleichsweise wenige Arbeiten finden, die sich auf wissenschaftlichem Niveau mit der Thematik auseinandersetzen. Abgesehen von der betriebswirtschaftlichen Steuerlehre, die sich seit langem ausführlich mit der theoretischen Bewältigung steuerlicher Nachfolgefragen beschäftigt, finden sich im Schrifttum bislang fast ausschließlich empirische Arbeiten, die einzelne Aspekte des Generationenwechsels in Familienunternehmungen untersuchen. Aus der Bedeutung der Nachfolgeproblematik für die Betriebswirtschaftslehre einerseits und ihrer bislang nur vergleichsweise schmalen theoretischen Durchdringung andererseits ergibt sich die Zielsetzung der Habilitationsschrift des Verfassers. Er stellt sich die Aufgabe, die Unternehmungsnachfolge einer allgemeinen, theoretisch-konzeptionellen Analyse und Strukturierung zu unterziehen, um auf diesem Wege einen Beitrag zur Grundlagenforschung im Bereich der entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre zu leisten. Um den Umfang der Arbeit nicht zu sprengen, konzentriert sich der Verfasser nach einführenden, alle Nachfolgeformen betreffenden Untersuchungsschritten bei seiner weiteren Analyse auf die Nachfolgeform des Verkaufs. Sinnvoll ist eine Fokussierung auf diese entgeltliche Form des Übergangs von Eigentum und Leitungsmacht einerseits, da die übrigen, unentgeltlichen Nachfolgeformen abstrakt als Spezialfälle des Verkaufs (im Sinne eines Verkaufs zu einem Preis von null Geldeinheiten) gedeutet werden können. Andererseits stellt in der Praxis der Verkauf die mit Abstand am häufigsten anzutreffende Nachfolgeform dar, so daß es auch vor dem Hintergrund eines anzustrebenden Lösungsbeitrags für reale Problemstellungen nützlich erscheint, sich auf den empirisch interessantesten Fall zu konzentrieren.

Herr Priv.-Doz. Dr. Olbrich hat mit seiner Arbeit einen Meilenstein auf dem Wege der Integration des bisher kaum systematisch untersuchten Gebiets „Unternehmungsnachfolge“ in die Betriebswirtschaftslehre vorgelegt. Es handelt sich um geisteswissenschaftliche Grundlagenforschung im klassischen Sinne, deren Stärke in der gedanklichen Strukturierung und konzeptionellen Durchdringung eines bedeutsamen neuen Teilgebiets liegt, dessen Kartenblatt im Atlas der Wirtschaftswissenschaft bisher weitgehend *terra incognita* zeigte. Der Verfasser hat dieser unerforschten Theorielandschaft deutliche und für jede künftige Auseinandersetzung mit diesem Thema prägende betriebswirtschaftliche Konturen verliehen. Ich wünsche seiner Habilitationsschrift daher eine breite Beachtung in Forschung und Praxis.

PROF. DR. HABIL. THOMAS HERING

Vorwort zur ersten Auflage

Das Problem der Unternehmungsnachfolge besitzt große gesamtwirtschaftliche Relevanz und wirft eine Vielzahl betriebswirtschaftlicher Fragestellungen auf, doch wird es im wirtschaftswissenschaftlichen Schrifttum bislang vergleichsweise stiefmütterlich behandelt. Vor diesem Hintergrund sucht die vorliegende Arbeit in bezug auf den Unternehmungsverkauf, dem die übrigen Nachfolgeformen der Vererbung, Schenkung und Stiftung als Spezialfälle subsumiert werden können, eine theoretisch-konzeptionelle Durchdringung des Nachfolgephänomens zu leisten.

„Unternehmungsnachfolge durch Unternehmungsverkauf“ entstand während meiner Tätigkeit als Mitarbeiter am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmensgründung und Unternehmensnachfolge der Fern-Universität in Hagen und wurde 2004 unter dem Titel „Die Unternehmungsnachfolge aus der Sicht des Verkäufers“ von dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaft als Habilitationsschrift angenommen.

Danken möchte ich an erster Stelle meinem verehrten akademischen Lehrer, Herrn PROF. DR. HABIL. THOMAS HERING, der mein Habitationsprojekt sehr gefördert, wertvolle Anregungen gegeben und mir große Freiräume für eigenständige wissenschaftliche Arbeit gewährt hat. Auch Herrn STB PROF. DR. DIETER SCHNEELOCH gilt mein aufrichtiger Dank für die Übernahme und rasche Erstellung des Zweitgutachtens. Ebenfalls bedanke ich mich bei Herrn PROF. DR. MANFRED J. MATSCHKE für die Aufnahme meiner Arbeit in die von ihm herausgegebene Reihe „Moderne Finanzwirtschaft und Unternehmensbewertung“.

Zu Dank verpflichtet bin ich Frau DIPL.-KFF. GRAZYNA M. BIELICKA, die die gesamte Arbeit las und detailliert kommentierte, und Frau DR. CLAUDIA ROTHE für ihre Diskussionsbereitschaft in bezug auf diverse entscheidungstheoretische Fragestellungen. Sehr dankbar bin ich des weiteren meinen Gesprächspartnern von juristischer Seite, Frau ÖZLEM SAVAS, LL.M., sowie meiner Schwester, DR. CAROLA OLBRICH, für manchen fruchtbaren interdisziplinären Austausch im Rahmen meines Projektes.

Nicht zuletzt danke ich am Ende meines fast zwölf Jahre langen akademischen Bildungsweges nochmals sehr herzlich meinen lieben Eltern, DR. CHRISTIAN OLBRICH und ROSEMARIE OLBRICH, für ihre nimmermüde Unterstützung.

PRIV.-DOZ. DR. MICHAEL OLBRICH

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XV
Symbolverzeichnis	XIX
Abbildungsverzeichnis	XXI
Tabellenverzeichnis	XXIII

I. Die Unternehmungsnachfolge in Form des Unternehmungsverkaufs 1

II. Ein allgemeines Prozeßmodell der Unternehmungsnachfolge 11

1. Die Phasen der Unternehmungsnachfolge	11
1.1 Die Konzepte des Nachfolgeablaufs	11
1.2 Ein Modell des Nachfolgeprozesses	19
2. Der Inhalt der Nachfolgephasen	22
2.1 Die Phase der Zielfindung	22
2.1.1 Die Bedeutung der Zielsetzung des Unternehmungseigners	22
2.1.2 Die denkbaren Zielsetzungen des Unternehmungseigners	22
2.1.3 Die Zielsetzung der Gewinnmaximierung	25
2.2 Die Phase der Entscheidung für die Nachfolge	27
2.2.1 Die Ursachen der Entscheidung für die Nachfolge	27
2.2.2 Die Ursache der Einzelerfolgsschwäche	28
2.2.3 Die Ursache der negativen Synergieeffekte	30
2.3 Die Phase der Entscheidung für die Nachfolgeform	32
2.3.1 Die Notwendigkeit der Formentscheidung	32
2.3.2 Die alternativen Nachfolgeformen	33
2.3.3 Die Wahl der Nachfolgeform	61
2.4 Die Phase der Entscheidung für die Nachfolgegestaltung	73
2.4.1 Die Zielabhängigkeit der Nachfolgegestaltung	73
2.4.2 Die Gestaltung vor Eigentumsübergang	74
2.4.3 Die Gestaltung nach Eigentumsübergang	80

III. Die Dimensionen der Nachfolgegestaltung	87
1. Die Dimension der Nachfolgeumsetzung	87
1.1 Der Ansatzpunkt der Umsetzungsdimension	87
1.2 Die Frage der Umsetzungsart	88
1.2.1 Die Umsetzung durch Verkauf der Anteile	88
1.2.2 Die Umsetzung durch Verkauf der Wirtschaftsgüter	95
1.3 Die Frage der Umsetzungsdauer	99
1.3.1 Die zeitpunktbezogene Umsetzung	99
1.3.2 Die zeitraumbezogene Umsetzung	100
2. Die Dimension der Nachfolgeparteien	101
2.1 Der Ansatzpunkt der Parteiendimension	101
2.2 Die Frage der Käuferzahl	102
2.2.1 Die Situation eines Käufers	102
2.2.2 Die Situation mehrerer Käufer	105
2.3 Die Frage der Verkäuferszahl	105
2.3.1 Die Situation eines Verkäufers	105
2.3.2 Die Situation mehrerer Verkäufer	107
3. Die Dimension des Nachfolgeobjekts	113
3.1 Der Ansatzpunkt der Objektdimension	113
3.2 Die Frage des Objektumfangs	114
3.2.1 Die Gesamtunternehmung als Nachfolgeobjekt	114
3.2.2 Der Unternehmungsteil als Nachfolgeobjekt	115
3.3 Die Frage der Objektanzahl	118
3.3.1 Die Situation eines Nachfolgeobjekts	118
3.3.2 Die Situation mehrerer Nachfolgeobjekte	119
4. Die Dimension der Nachfolgeführung	123
4.1 Der Ansatzpunkt der Führungsdimension	123
4.2 Die Frage des Führungssubjekts ex ante	124
4.2.1 Der Eigentümer als Führungssubjekt	124
4.2.2 Der Angestellte als Führungssubjekt	125
4.3 Die Frage des Führungssubjekts ex post	126
4.3.1 Der Verbleib des Führungssubjekts	126
4.3.2 Der Wechsel des Führungssubjekts	131

IV. Eine Heuristik zur Durchführung der Unternehmungsnachfolge	135
1. Die Heuristik als Strukturierungsregel	135
1.1 Der Begriff der Heuristik	135
1.2 Der Unternehmungsverkauf als strukturdefektes Problem	136
2. Der Unternehmungswert als Entscheidungsgrundlage	141
2.1 Der Entscheidungswert als Grenzpreis	141
2.1.1 Die Funktionen der Unternehmungsbewertung	141
2.1.2 Die Grundsätze der Unternehmungsbewertung	146
2.2 Die Bestimmung des Grenzpreises des Verkäufers	150
2.2.1 Die Grenzpreisbestimmung im Rahmen eines Partialmodells	150
2.2.2 Die Grenzpreisbestimmung im Rahmen eines Totalmodells	157
2.2.2.1 Das Totalmodell nach MATSCHKE	157
2.2.2.2 Das Totalmodell nach HERING	159
2.2.3 Der Grenzpreis als Bandbreite	164
2.2.3.1 Das Unsicherheitsproblem der Grenzpreisbestimmung	164
2.2.3.2 Der Grenzpreis im Rahmen der Risikoanalyse	167
3. Die Nachfolgestrategien des Verkäufers	171
3.1 Die Strategiealternativen	171
3.2 Die Strategien der Einzelnachfolge	174
3.2.1 Die augenblickliche Einzelnachfolge	174
3.2.1.1 Die Charakteristika der augenblicklichen Einzelnachfolge	174
3.2.1.2 Die Maßnahmen der augenblicklichen Einzelnachfolge	177
3.2.1.2.1 Die Maßnahmen vor Eigentumsübergang	177
3.2.1.2.2 Die Maßnahmen nach Eigentumsübergang	185
3.2.2 Die gestreckte Einzelnachfolge	191
3.2.2.1 Die Charakteristika der gestreckten Einzelnachfolge	191

3.2.2.2	Die Maßnahmen der gestreckten Einzelnachfolge	194
3.2.2.2.1	Die Maßnahmen vor Eigentumsübergang	194
3.2.2.2.2	Die Maßnahmen nach Eigentumsübergang	198
3.3	Die Strategien der Gruppennachfolge	202
3.3.1	Die augenblickliche Gruppennachfolge	202
3.3.1.1	Die Charakteristika der augenblicklichen Gruppennachfolge	202
3.3.1.2	Die Maßnahmen der augenblicklichen Gruppennachfolge	205
3.3.1.2.1	Die Maßnahmen vor Eigentumsübergang	205
3.3.1.2.2	Die Maßnahmen nach Eigentumsübergang	207
3.3.2	Die gestreckte Gruppennachfolge	209
3.3.2.1	Die Charakteristika der gestreckten Gruppennachfolge	209
3.3.2.2	Die Maßnahmen der gestreckten Gruppennachfolge	214
3.3.2.2.1	Die Maßnahmen vor Eigentumsübergang	214
3.3.2.2.2	Die Maßnahmen nach Eigentumsübergang	217
4.	Die Strategieentscheidung des Verkäufers	221
4.1	Die Grundlagen der Entscheidung	221
4.2	Die individuelle Strategiewahl	224
V.	Die Zusammenfassung der Ergebnisse	233
Literaturverzeichnis		243
Rechtsprechungsverzeichnis		281
Verzeichnis der Verwaltungsanweisungen		283
Gesetzesverzeichnis		285

Abkürzungsverzeichnis

A.	Auflage
a.F.	alte Fassung
Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
Abschn.	Abschnitt
AG	Aktiengesellschaft
AktG	Aktiengesetz
AO	Abgabenordnung
BB	Betriebs-Berater
Bd.	Band
BewG	Bewertungsgesetz
BFH	Bundesfinanzhof
BFHE	Entscheidungen des Bundesfinanzhofs
BFH/NV	Sammlung der nichtveröffentlichten Urteile des Bundesfinanzhofs
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BMF	Bundesministerium der Finanzen
BStBl.	Bundessteuerblatt
bzw.	beziehungsweise
CAPM	„capital asset pricing model“
Co.	Companie
d. Verf.	der Verfasser
DB	Der Betrieb
Diss.	Dissertation
DStR	Deutsches Steuerrecht
DVFA	Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management
EFG	Entscheidungen der Finanzgerichte
ErbStG	Erbschaftsteuer- und Schenkungsteuergesetz
EStG	Einkommensteuergesetz
EStR	Einkommensteuerrichtlinien
et al.	et alii
f.	folgende
ff.	fortfolgende
FG	Finanzgericht
Fn.	Fußnote
GaststättenG	Gaststättengesetz
GewO	Gewerbeordnung

GewStG	Gewerbsteuergesetz
GewStR	Gewerbsteuerrichtlinien
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GmbHG	Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung
GmbHR	GmbH-Rundschau
H	Hinweis
HGB	Handelsgesetzbuch
Hrsg.	Herausgeber
hrsgg.	herausgegeben
IfM	Institut für Mittelstandsforschung
insb.	insbesondere
i. V. m.	in Verbindung mit
KG	Kommanditgesellschaft
KGaA	Kommanditgesellschaft auf Aktien
KStG	Körperschaftsteuergesetz
KStR	Körperschaftsteuerrichtlinien
max	Maximum
MBO	„management buy-out“
MDR	Monatsschrift für Deutsches Recht
min	Minimum
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
OLG	Oberlandesgericht
p. a.	per annum
R	Richtlinie
RFH	Reichsfinanzhof
RG	Reichsgericht
RGBl.	Reichsgesetzblatt
RGZ	Reichsgericht, Entscheidungen in Zivilsachen
RStBl.	Reichssteuerblatt
Rz.	Randziffer
S.	Seite
SeuffArch	Seufferts Archiv für Entscheidungen der obersten Gerichte in den deutschen Staaten
Sp.	Spalte
StSenkG	Steuersenkungsgesetz
Tab.	Tabelle
TH	Technische Hochschule
UmwG	Umwandlungsgesetz
UmwStG	Umwandlungssteuergesetz

Univ.	Universität
UntStFG	Unternehmenssteuerfortentwicklungsgesetz
vgl.	vergleiche
WaffG	Waffengesetz
ZGPM	Zustands-Grenzpreismodell

Symbolverzeichnis

a_j	Handlungsmöglichkeit j bei Nichteinigung auf eine Konfliktlösung
a_{opt}	optimale Handlungsmöglichkeit bei Nichteinigung auf eine Konfliktlösung
A	Menge der Handlungsmöglichkeiten bei Nichteinigung auf eine Konfliktlösung
AP	Abzugspositionen vom Veräußerungspreis
b_j	Handlungsmöglichkeit j bei Einigung auf eine Konfliktlösung
b_{opt}	optimale Handlungsmöglichkeit bei Einigung auf eine Konfliktlösung
B	Menge der Handlungsmöglichkeiten bei Einigung auf eine Konfliktlösung
B^*	Bewertungsprogramm
c_t	fester Zahlungssaldo im Zustand t
D	Dauer der Mitwirkung des Verkäufers in der Unternehmung im Anschluß an den Eigentumsübergang
δ	Dualvariable der Mindestzielwertrestriktion
€	Euro
$E(a_j)$	Erfolg der Handlungsmöglichkeit j bei Nichteinigung auf eine Konfliktlösung
$E(a_{opt})$	Erfolg der optimalen Handlungsmöglichkeit bei Nichteinigung auf eine Konfliktlösung
$E(b_j)$	Erfolg der Handlungsmöglichkeit j bei Einigung auf eine Konfliktlösung
EL	Entgeltleistungen des Käufers an den Verkäufer aufgrund dessen Tätigkeit nach dem Eigentumsübergang
EL^{Kj}	Entgeltleistungen des Käufers j an den Verkäufer aufgrund dessen Tätigkeit nach dem Eigentumsübergang
$EL^{U_iKjU_kKl}$	Entgeltleistungen des Käufers j an den Verkäufer aufgrund dessen Tätigkeit nach dem Eigentumsübergang in Unternehmungseinheit i und des Käufers l an den Verkäufer aufgrund dessen Tätigkeit nach dem Eigentumsübergang in Unternehmungseinheit k
$E\ddot{U}$	Einzahlungsüberschüsse des Käufers aufgrund der Tätigkeit des Verkäufers nach dem Eigentumsübergang
$E\ddot{U}^{U_i}$	Einzahlungsüberschüsse in Unternehmungseinheit i aufgrund der Tätigkeit des Verkäufers nach dem Eigentumsübergang
$E\ddot{U}^{U_iKj}$	Einzahlungsüberschüsse in Unternehmungseinheit i des Käufers j aufgrund der Tätigkeit des Verkäufers nach dem Eigentumsübergang

EW	Endvermögen (investitionstheoretischer Endwert)
f	Funktion
g	steuerkorrigierte gleichbleibende Zahlungsüberschüsse
g_j	zustandsabhängige Zahlungsreihe des Objektes j
g_{jt}	Zahlungsüberschuß des Objektes j im Zustand t
g_t	steuerkorrigierte Zahlungsüberschüsse in Periode t
g_v	Zahlungsstrom des Bewertungsobjektes
G_t	Entnahme im Zustand t
GW	Summe gewichteter Konsumentnahmen
GW*	maximaler Zielfunktionswert
H	Geldanlagen
i	steuerkorrigierter Kalkulationszinssatz
I	Sachinvestition
j	Objekt
KW _j	Kapitalwert des Objekts j
l_j	Extension des konfliktlösungsrelevanten Sachverhaltes j
$(l_1, \dots, l_j, \dots, l_m)^*$	Kombination der Extensionen der konfliktlösungsrelevanten Sachverhalte, bei der der Erfolg des Bewertungsprogramms dem Erfolg des Basisprogramms entspricht oder ihn minimal übersteigt
L	Menge aller potentiellen Einigungslösungen
L_j	konfliktlösungsrelevanter Sachverhalt j
m	Anzahl der konfliktlösungsrelevanten Sachverhalte
n	Anzahl der Zustände
p	Preis des Bewertungsobjektes
p^*	Grenzpreis
ρ_t	Zustandspreis des Zustands t
SVG	für die Besteuerung des Veräußerungsgewinns maßgeblicher Steuersatz
S	Kontokorrentkredit
t	Periode, Zustand
T	Anzahl der Perioden der Unternehmungsfortführung
u	Anzahl der Investitions- und Finanzierungsobjekte
w_t	Gewicht der Entnahme G_t in der Zielfunktion
W	Entscheidungswert
x_j	Häufigkeit, mit der Objekt j verwirklicht wird
x_j^{\max}	maximale Häufigkeit, mit der Objekt j verwirklicht werden kann
ZEW	Zukunftserfolgswert
ZEW _{kor}	korrigierter Zukunftserfolgswert

Abbildungsverzeichnis

Abb.	Seite
1 Die Phasenkonzepte der Nachfolge im Schrifttum	20
2 Die Vorteilhaftigkeitskriterien und ihre Formdifferenzierung	72
3 Die Vorgehensweise der Heuristik	139
4 Die Häufigkeitsfunktion des Grenzpreises	169
5 Das Risikoprofil des Grenzpreises	169
6 Die Nachfolgestrategien des Verkäufers	174
7 Die Zahlungseffekte der Mitwirkung des Verkäufers in der Unternehmungseitung	187
8 Die Zahlungseffekte der Mitwirkung des Verkäufers in der Leitung der Unternehmungseinheiten 1 und 2	201
9 Die Zahlungseffekte der Mitwirkung des Verkäufers in der Leitung der Unternehmungseinheit 1 oder 2	207
10 Die Zahlungseffekte der Mitwirkung des Verkäufers in der Leitung der Unternehmungseinheiten 1 und 2 der Käufer 1 und 2	218
11 Die Zahlungseffekte der Mitwirkung des Verkäufers in der Leitung der Unternehmungseinheiten 1 oder 2 und 3 oder 4 der Käufer 1 und 2	219
12 Die Häufigkeitsfunktion des Kapitalwerts der Alternative 1	226
13 Das Risikoprofil des Kapitalwerts der Alternative 1	227
14 Die Häufigkeitsfunktion des Kapitalwerts der Alternative 2	228
15 Das Risikoprofil des Kapitalwerts der Alternative 2	229
16 Die Häufigkeitsfunktion des Kapitalwerts der Alternative 3	229
17 Das Risikoprofil des Kapitalwerts der Alternative 3	230
18 Die Synopsis der Nachfolgephasen und ihrer Inhalte	236
19 Die Dimensionen der Nachfolgegestaltung	239
20 Die Synopsis der heuristischen Zerlegungsschritte und ihrer Inhalte	240

Tabellenverzeichnis

Tab.		Seite
1	Die erbschaftsteuerliche Behandlung des Unternehmungsvermögens	40
2	Die Steuersätze nach § 19 Abs. 1 ErbStG	41
3	Die inkompatiblen Prämissen der finanzierungstheoretischen Modellbausteine	151
4	Die Ausgangsdaten des Beispiels	162
5	Das Basisprogramm des Bewertungsobjekts	163
6	Das Bewertungsprogramm des Bewertungsobjekts	164
7	Der Verkauf nach intrapersonellem Sukzessivmuster	210
8	Der Verkauf nach interpersonellem Sukzessivmuster	210
9	Der Verkauf nach gemischtem Sukzessivmuster	211