



C3- Wertmanagement in Unternehmen

- Wertmanagementkonzepte bestehen aus Führungs- und Steuerungskonzepten zur langfristigen Wertsteigerung im Unternehmen.
- Kurzfristige Wertsteigerungsmaßnahmen führen zum „Ausbluten“ eines Unternehmens durch Entzug der Liquidität und Verlust der Balance zwischen Eigen- und Fremdkapital.
- Es gilt die Faustregel: Je kurzfristiger die Maßnahmen, desto höher das Risiko im Exit bzw. M&A.
- Wertmanagement ist strategisches Wachstumsmanagement.

- Grundprinzipien des Wertmanagements 1:
 - Kapitalkosten sind der Maßstab der Wertschaffung. Risikoangepasste Kapitalkosten geben die Renditeanforderung vor. Geschäftsrisiken werden dabei berücksichtigt. Nur wenn mehr als Kapitalkosten verdient wird, wird Unternehmenswert geschaffen.
 - Werttreibend ist der für strategische Vorhaben verfügbare freie Cashflow. Die freien Cashflows werden mit den Kapitalkosten diskontiert. Damit wird der Zeitaspekt explizit in den Kalkülen berücksichtigt.
 - Beachtung von (Vor- und Nach-)Steuereffekten auf den Cashflow und die Priorisierung von Investitionsprojekten
 - Planung und Steuerung mit auf das Wertmanagements angepassten Kennzahlen

- Grundprinzipien des Wertmanagements 2:
 - Einsatz von Wertmanagement bezogenen Entlohnungs- und Anreizsystemen.
 - Beachtung aller Anspruchsgruppen. Vermittlung zwischen Shareholdern und anderen Stakeholdern
 - Einbindung der Linienorganisation und Tochterunternehmen in die Konzeption des Wertmanagements
 - Abkehr von einer traditionellen Dividendenpolitik zugunsten einer Priorität des wertorientierten Managements.

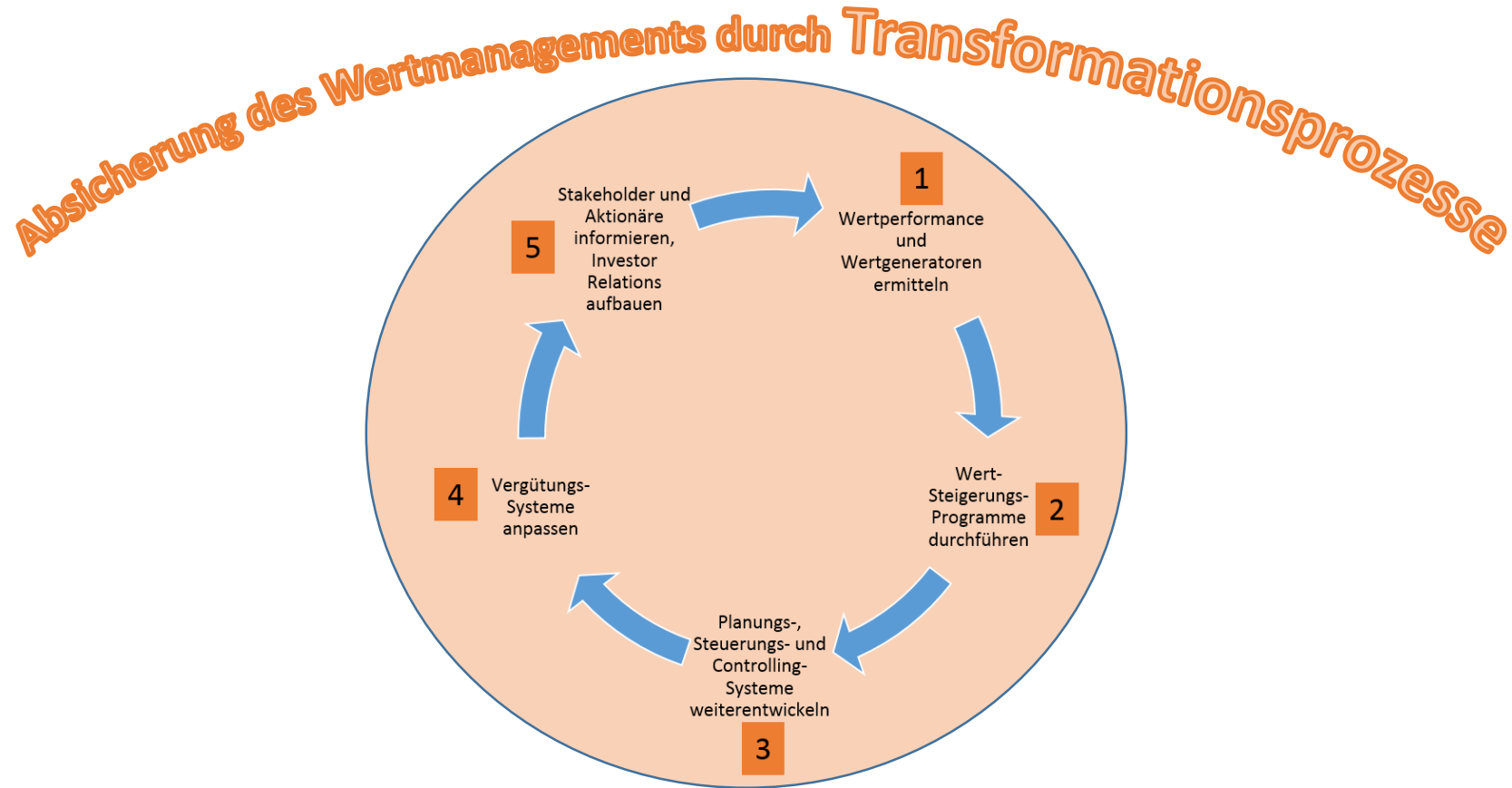
- Wesentliche methodische Komponenten eines Wertmanagements



C3 Wertmanagement in Unternehmen



- Wesentliche methodische Komponenten eines Wertmanagements





- Ansprechpartner
 - Klaus Herrmann
 - CEO C3
 - Brückenstraße 6 | D-70736 Fellbach
 - Fon +49-171-58 38 422