

Workshop: Unternehmensbewertung

<p>Dozenten / Modulbeauftragte</p>	<p>Dipl.-Kfm. WP/StB Andreas Suerbaum, Partner, Financial Advisory, Valuation & Business Modelling Deloitte München, Tel. +49 (89) 29036 8835 E-Mail: asuerbaum@deloitte.de</p> <p>Dipl.-Kfm. Uwe Haubold, Director, Financial Advisory, Valuation & Business Modelling Deloitte München, Tel. +49 (89) 29036 8471 E-Mail: uhaubold@deloitte.de</p> <p>M.Sc. Florian Kaiser, Wissenschaftlicher Mitarbeiter Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Accounting und Controlling Tel. +49 (851) 509 3274 E-Mail: Florian.Kaiser@uni-passau.de</p>
<p>Teilnehmer:</p>	<p>Studierende im Masterstudiengang Business Administration</p>
<p>Lernziele / Kompetenzen</p>	<p>Anhand einer Fallstudie werden ausgewählte Themengebiete der Unternehmensbewertung vertieft. Die Studierenden sollen ökonomische Grundlagen und Zusammenhänge erläutern und Bewertungsthemen fachlich diskutieren.</p> <p>Schwerpunkt ist die praktische Anwendung der Bewertungstheorie. Dazu wird eine Praxissituation simuliert. Gemeinsam wird eine integrierte Planungsrechnung erstellt, die als Grundlage / Business Plan für die nachfolgenden Bewertungsaufgaben dient. Aus dem Business Plan (Base Case) soll in einem DCF-Modell ein Unternehmenswert abgeleitet werden. Ergänzend sollen die Teilnehmer/innen Bewertungsparameter (Beta, Peer Group, etc.) recherchieren und bestimmen. Der Base Case soll in einem zweiten Schritt in ein Kaufangebot (Binding Offer) übergeleitet werden.</p> <p>Die Studierenden sollen – weitgehend in Teamarbeit – eine Bewertung durchführen, ihre Ergebnisse knapp und verständlich präsentieren, eigene Positionen / Ergebnisse erläutern und verhandeln, (Rück-) Fragen beantworten und kritische Einwände behandeln.</p> <p>Fachliche Kenntnisse aus der Unternehmensbewertung sind erforderlich.</p>
<p>Inhalte</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fallstudie zur Planungserstellung und -plausibilisierung am Dienstag, 2. Mai 2017 <ul style="list-style-type: none"> • Die Dozenten („Management“) stellen ihr Unternehmen („Target“) vor („Management Presentation“). • Die Studierenden erstellen und modellieren unter Anleitung anhand der Management Presentation (unter Berücksichtigung von historischen Zahlen und Planungsannahmen) in der Gruppe, in kleinen Teams und einzeln eine Planungsrechnung für das Target. • Ziel des 1. Workshops ist die Ableitung einer integrierten und verabschiedeten Planungsrechnung (Gewinn- und Verlust-Rechnung, Bilanz- und Cash-Flow-Planung), die die Grundlage für die Ermittlung der Kaufangebote sein soll („Base Case“). 2. Abgabe verbindlicher Kaufpreisangebote (bis Mittwoch, 24. Mai 2017) <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden werden in Teams konkurrierender potenzieller Käufer bzw.

	<p>Berater des Verkäufers eingeteilt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alle Teams erstellen eine Bewertung des Base Case. Zusätzlich erhält jedes Team ein individuelles bewertungsrelevantes Thema, das analysiert werden soll (bspw. Ableitung Peer Group, Multiples). • Jedes Team erhält am Ende der Fallstudie eine bestimmte Rolle im Bieterprozess (z.B. als Private Equity-Investor). Aus der Bewertung des Base Case sowie des angepassten subjektiven Bieter-Case leitet es sein verbindliches Kaufpreisangebot ab. • Während der Angebotsphase kann jedes Team schriftlich bis zu 5 Fragen an das Management richten (Q&A). • Bis zum 24. Mai 2017, 12:00 Uhr, sind die verbindlichen Kaufpreisangebote abzugeben. Diese sollen (mindestens) die angewandten Verfahren, die wesentlichen Prämissen, den Entity- und den Equity-Value sowie ggf. Bedingungen enthalten. <p>3. Präsentation der Unternehmensbewertungen und Binding Offer (Montag, 29. Mai 2017)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zunächst präsentieren die Teams ihre Bewertungen des Base Case und gehen jeweils besonders auf ihre individuell auftragene bewertungstheoretische Fragestellung ein. • Danach stellen die Teams ihre Kaufangebote ausführlich vor (einschließlich Überleitung vom Base Case zum Angebot). Die jeweils anderen Teams haben die Aufgabe, diese Angebote als fiktive Verkäufer(berater) kritisch zu hinterfragen.
An- und Abmeldefrist:	<p>Anmeldung bis Freitag, 31. März 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tabellarischer Lebenslauf • Notenübersicht (aktueller HISQIS-Ausdruck <u>und</u> Bachelorzeugnis) • Anmeldeunterlagen <u>in einer PDF</u> elektronisch an florian.kaiser@uni-passau.de <p>Auswahl der Teilnehmer/innen und Teilnahmebestätigung erfolgt per Email spätestens bis Mittwoch, 12. April 2017</p> <p>Abmeldung bis Sonntag, 23. April 2017: Bei Abmeldungen nach diesem Termin wird die Prüfungsleistung als nicht bestanden bewertet.</p>
Zeitplan:	<p>1. Präsenztermin – Erstellung integriertes Planungsmodell: Dienstag, 2. Mai 2017 von 10:00 bis circa 17.00 Uhr</p> <p>Abgabe Unternehmensbewertung (einschließlich individuelles Thema), verbindliche Kaufpreisangebote und Angebotspräsentation: Mittwoch, 24. Mai 2017, 12.00 Uhr (per Email)</p> <p>2. Präsenztermin – Vorstellung Unternehmensbewertung und Binding Offer: Montag, 29. Mai 2017 von 10.00 bis voraussichtlich 16.30 Uhr</p>
Raum:	(NK) R 403
Prüfungsform:	<p>Schriftlich ausgearbeitetes Referat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Ausarbeitung der Fallstudie in Gruppen (Bearbeitungszeit: 3 Wochen) • 2 Referate (15 Minuten für die Bewertung des Base Case / Bewertungsparameter + circa 30 Minuten für das Angebot) pro Gruppe, anschließend

	<p>Diskussion circa 15 Minuten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktive Teilnahme an beiden Terminen des Workshops (insbes. Mitarbeit bei Fallstudie, Diskussion der Präsentationen,)
Credits	5 ECTS (Moduleinordnung: Vertiefung AFT)
Teilnehmer/innen:	Mind. 9, max. 15 Studierende Sofern die Anmeldungen die Maximalteilnehmerzahl übersteigen, erfolgt eine Auswahl der Teilnehmer/innen durch die Referenten.
Ergänzende Hinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Für den 1. Präsenztermin ist ein PC mit einem Kalkulationsprogramm (z.B. Excel) erforderlich. • Die Dozenten stehen im Rahmen der Vorbereitung für Rückfragen zur Verfügung (telefonisch oder per Email). • Die Fallstudie ist in Gruppen zu bearbeiten. Die Aufgabenverteilung innerhalb der Teams ist selbst zu vereinbaren. Es wird ein Lösungsblatt ausgeteilt, das von jeder Gruppe zusammen mit der Präsentation abzugeben ist. • Die Bewertung des Base Case (mit dem jeweiligen Spezialthema) und das Kaufangebot sind in zwei Präsentationen von insgesamt circa 45 Minuten von der gesamten Teilnehmergruppe vorzustellen, wobei die einzelnen Teilnehmer etwa gleiche Vortragsdauern übernehmen sollen. • Aus den Präsentationen sollte erkennbar sein, welches Teammitglied die jeweiligen Seiten präsentiert und wer inhaltlich diese verantwortet. • Die Präsentation der Fallstudie, das Kaufpreisangebot und die Angebotspräsentation sind bis zum Abgabetermin als Powerpoint- und als PDF-Datei per Email an die Dozenten und an den Modulbeauftragten des Lehrstuhls zu senden. • Die jeweils präsentierenden Teilnehmergruppen sollen Ausdrücke ihrer Präsentation den Dozenten, den Teilnehmern der anderen Gruppen zur Verfügung stellen. • Literaturquellen sind zu recherchieren und heranzuziehen. Es gelten die üblichen wissenschaftlichen Standards für Quellenangaben. • Den Unterlagen ist eine eidesstattliche Erklärung zu ihrer Einhaltung (vgl. Prüfungsordnung) beizufügen.