

Inhalt

Grundlagen	7
▪ Was ist Commercial Due Diligence?	8
▪ Due-Diligence-Disziplinen	9
▪ Perspektiven und Zielgruppen	12
▪ Informationsquellen	15
Geschäftsmodellanalyse	19
▪ Unternehmensanalyse	20
▪ Erfolgsfaktorenanalyse	24
▪ Umsatz- und Margenanalyse	26
▪ Saisonalität und Zyklizität	28
▪ Exkurs: E-Commerce und Digitalisierung	30
Marktanalyse	35
▪ Marktdefinition und -segmentierung	36
▪ Markttreiberanalyse	45
▪ Marktpreisanalyse	49
▪ Exkurs: Marktmodellierung	52
Kundenanalyse	57
▪ Kundengruppen und -perspektive	58
▪ Kundenkonzentrationsanalyse	61
▪ Kundenbeziehungsanalyse	63
▪ Einkaufsprozessanalyse	68
▪ Kundenchancen und -risiken	75
▪ Exkurs: Strategische Kundenanalyse	77

Wettbewerbsanalyse	79
▪ Wettbewerbsumfeldanalyse	80
▪ Wettbewerbsintensität	85
▪ Financial Benchmarking	89
▪ Wettbewerbsvorteilsanalyse	90
▪ Trends und Veränderungen im Wettbewerb	101
Business-Plan-Validierung	103
▪ Planungskompetenzanalyse	104
▪ Aktuelles Geschäftsjahr und Ausblick	107
▪ Umsatzplanung und -validierung	109
▪ Exkurs: Upsides »beyond« Business Plan und Exitoptionen	111
Berichterstellung und Checklisten	115
▪ Berichterstellung	116
▪ Checklisten	118
▪ Schlussbemerkung und Ausblick	121
▪ Literaturverzeichnis	123
▪ Stichwortverzeichnis	125