

Manuel Alvarez

Segmentberichterstattung und Segmentanalyse

Mit einem Geleitwort von

Prof. Dr. Dres. h. c. Adolf Gerhard Coenenberg

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort.....	VII
Inhaltsübersicht.....	IX
Inhaltsverzeichnis.....	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XXIII
Tabellenverzeichnis.....	XXVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XXIX
Symbolverzeichnis.....	XXXVII
1 Einführung.....	1
1.1 Terminologische Abgrenzungen.....	1
1.2 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit.....	3
1.3 Aufbau der Arbeit.....	3
2 Segmentberichterstattung als Rechnungslegungsinstrument.....	7
2.1 Adressaten und Zielsetzung der Segmentberichterstattung.....	7
2.2 Notwendigkeit und Bedeutungsrelevanz der Segmentberichterstattung.....	9
2.2.1 <i>Diversifikation als Ursache der Segmentberichterstattung</i>	9
2.2.1.1 Begriff und Arten der Diversifikation.....	9
2.2.1.2 Bestimmungsgründe und Ziele der Diversifikation.....	14
2.2.1.3 Entwicklung der Diversifikation.....	18
2.2.2 <i>Nutzen der Segmentberichterstattung</i>	20
2.2.2.1 Erfüllung der Informationsfunktion.....	20
2.2.2.2 Erhöhung der Transparenz der Managementleistung.....	23
2.2.2.3 Umsetzung von Rechnungslegungsanforderungen.....	23
2.2.3 <i>Kosten der Segmentberichterstattung</i>	24
2.2.3.1 Direkte Kosten.....	24
2.2.3.2 Indirekte Kosten.....	25
2.3 Theoretische Konzeptionen und Grundsätze der Segmentberichterstattung.....	26
2.3.1 <i>Geltungsbereich der Segmentberichterstattung</i>	26
2.3.2 <i>Segmentbildung</i>	30

2.3.2.1	Segmentierungsdimensionen.....	31
2.3.2.1.1	<i>Strategische Segmentierung</i>	31
2.3.2.1.1.1	Strategische Geschäftsfelder.....	31
2.3.2.1.1.2	Strategische Geschäftseinheiten.....	33
2.3.2.1.2	<i>Rechnungslegungsbezogene Segmentierung</i>	55
2.3.2.1.2.1	Sektorale Segmentierung.....	35
2.3.2.1.2.2	Regionale Segmentierung.....	38
2.3.2.1.2.3	Marktbezogene Segmentierung.....	41
2.3.2.1.2.4	Rechtlichs Segmentierung.....	42
2.3.2.1.2.5	Organisatorische Segmentierung.....	44
2.3.2.2	Konzeptionen der Segmentabgrenzung.....	45
2.3.2.2.1	<i>Risk and Reward Approach</i>	45
2.3.2.2.2	<i>Management Approach</i>	45
2.3.2.2.3	<i>Vorschläge des Jenkins Report</i>	47
2.3.2.2.4	<i>Kritische Würdigung der Ansätze</i>	49
2.3.2.3	Grundlegende Anforderungen an die Selektion ausweisfähiger Segmente.....	53
2.3.2.3.1	<i>Grundsatz der Segmentwesentlichkeit</i>	53
2.3.2.3.2	<i>Grundsatz der Segmenthomogenität</i>	53
2.3.3	<i>Segmentbilanzierung</i>	54
2.3.3.1	Konzeptionen der Segmentrechnungslegung.....	54
2.3.3.1.1	<i>Autonomous Entity Approach</i>	54
2.3.3.1.2	<i>Disaggregation Approach</i>	56
2.3.3.1.3	<i>Kritische Würdigung der Ansätze</i>	57
2.3.3.2	Ansätze zur Generierung der Segmentdaten.....	59
2.3.3.2.1	<i>Bottom-Up-Approach</i>	59
2.3.3.2.2	<i>Top-Down-Approach</i>	60
2.3.3.2.3	<i>Kritische Würdigung der Ansätze</i>	61
2.3.3.3	Segmentierungsgrundsätze.....	61
2.3.3.3.1	<i>Aufgliederungsgrundsätze</i>	62
2.3.3.3.2	<i>Ergänzende Segmentierungsgrundsätze</i>	63
2.3.4	<i>Ansätze zum Offenlegungsumfang der Segmentdaten</i>	64
2.3.4.1	Partielle versus totale Segmentierung.....	64
2.3.4.2	Ein- versus mehrdimensionale Segmentierung.....	66
3	Normierung der Segmentberichterstattung im internationalen Vergleich	67
3.1	Historischer Abriss über den internationalen Normierungsprozess	67
3.2	Aufstellungspflicht	73
3.2.1	<i>Anwendungsbereich im Rahmen der Jahrespublizität</i>	74

3.2.1.1	HGB/DRS.....	74
3.2.1.2	IAS und US-GAAP.....	76
3.2.2	Anwendungsbereich im Rahmen der Zwischenberichterstattung.....	77
3.2.2.1	HGB/DRS.....	77
3.2.2.2	IAS und US-GAAP.....	78
3.3	Bestimmung berichtspflichtiger Segmente.....	78
3.3.1	Segmentdefinition.....	78
3.3.1.1	HGB/DRS.....	78
3.3.1.2	IAS.....	82
3.3.1.3	US-GAAP.....	84
3.3.2	Segmentabgrenzung.....	86
3.3.2.1	HGB/DRS.....	87
3.3.2.2	IAS.....	88
3.3.2.3	US-GAAP.....	91
3.3.3	Anzugebende Segmente.....	93
3.3.3.1	HGB/DRS.....	93
3.3.3.2	IAS.....	96
3.3.3.3	US-GAAP.....	99
3.4	Segmentbilanzierungs- und -bewertungsmethoden.....	102
3.4.1	HGB/DRS.....	103
3.4.1.1	Kongruenz der Bilanzierungsgrundsätze.....	103
3.4.1.2	Symmetrische Zuordnung von Bestands- und Stromgrößen . . .	104
3.4.2	IAS.....	105
3.4.2.1	Kongruenz der Bilanzierungsgrundsätze.....	105
3.4.2.2	Symmetrische Zuordnung von Bestands- und Stromgrößen . . .	106
3.4.3	US-GAAP.....	106
3.4.3.1	Anwendung interner Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze	107
3.4.3.2	Mangelndes Symmetrierfordernis bei der Zuordnung von Bestands- und Stromgrößen.....	108
3.5	Auszuweisende Segmentinformationen.....	109
3.5./	HGB/DRS.....	109
3.5.1.1	Berichtspflichten im Rahmen der Jahrespublizität	109
3.5.1.1.1	Segmentdaten.....	110
3.5.1.1.2	Sonstige Angabepflichten.....	121

3.5.1.1.3	Erläuterungspflichten.....	123
3.5.1.2	Berichtspflichten im Rahmen der Zwischenberichterstattung....	126
3.5.1.2.1	Segmentdaten.....	126
3.5.1.2.2	Erläuterungspflichten.....	127
3.5.2	IAS.....	72«
3.5.2.1	Berichtspflichten im Rahmen der Jahrespublizität.....	128
3.5.2.1.1	Segmentdaten für das primäre Berichtsformat.....	128
3.5.2.1.2	Segmentdaten für das sekundäre Berichtsformat.....	138
3.5.2.1.3	Sonstige Angabe- und Erläuterungspflichten.....	747
3.5.2.2	Berichtspflichten im Rahmen der Zwischenberichterstattung....	145
3.5.2.2.1	Segmentdaten.....	746
3.5.2.2.2	Erläuterungspflichten.....	146
3.5.3	US-GAAP.....	147
3.5.3.1	Berichtspflichten im Rahmen der Jahrespublizität.....	147
3.5.3.1.1	Segmentdaten.....	148
3.5.3.1.2	Sonstige Angabepflichten.....	757
3.5.3.1.3	Erläuterungspflichten.....	762
3.5.3.1.4	Erweiterte segmentspezifische Berichtspflichten gemäß SEC-Regularien.....	765
3.5.3.2	Berichtspflichten im Rahmen der Zwischenberichterstattung....	174
3.5.3.2.1	Segmentdaten.....	775
3.5.3.2.2	Erläuterungspflichten.....	776
3.5.4	Synoptischer Vergleich der auszuweisenden Segmentinformationen nach nationalen und internationalen Vorschriften.....	177

4 Anforderungen an eine kapitalmarktorientierte

	Segmentberichterstattung.....	181
4.1	Grundzüge des Business Reporting.....	182
4.1.1	Bedeutung des Business Reporting.....	183
4.1.2	Beurteilungsgrundlagen und Informationsbedürfnisse im Rahmen des Business Reporting.....	185
4.1.3	Anforderungen an das Business Reporting.....	187
4.1.4	Ableitung eines Segment Business Reporting Model.....	187
4.2	Qualitative Grundsätze der Segmentberichterstattung.....	190
4.2.1	Decision Usefulness.....	191
4.2.2	Relevance.....	191
4.2.2.1	Feedback Value.....	191

4.2.2.2	Predictive Value.....	192
4.2.2.3	Timeliness.....	193
4.2.3	Reliability.....	193
4.2.4	Comparability.....	194
4.2.5	Balance Between Benefits and Costs.....	195
4.3	Segment Value Reporting.....	196
4.3.1	Grundzüge einer wertorientierten Unternehmensberichterstattung.....	797
4.3.1.1	Wertorientierte Unternehmenssteuerung als Grundlage des Value Reporting.....	197
4.3.1.2	Zielsetzung und Aufgabe des Value Reporting.....	199
4.3.1.3	Grundlegende Anforderungen an die Ausgestaltung des Value Reporting.....	201
4.3.1.4	Abgrenzung des Corporate Value Reporting zum Segment Value Reporting.....	203
4.3.1.4.1	Informationen im Rahmen des Corporate Value Reporting.....	203
4.3.1.4.2	Informationen im Rahmen des Segment Value Reporting.....	206
4.3.2	Informationen zur strategischen Bewertung von Segmenten....	208
4.3.2.1	Darstellung der Konzeption für die Strategiebewertung.....	209
4.3.2.1.1	Discounted Cashflow-Verfahren als Grundlage der Strategiebewertung.....	210
4.3.2.1.1.1	Netto-Methode.....	211
4.3.2.1.1.2	Brutto-Methode.....	211
4.3.2.1.1.3	Zwischenfazit.....	215
4.3.2.1.2	Shareholder Value-Konzepte.....	276
4.3.2.1.2.1	Shareholder Value-Ansatz nach RAPPAPORT.....	217
4.3.2.1.2.2	Shareholder Value-Ansatz nach COPELAND/KOLLER/MURRIN.....	220
4.3.2.1.3	Würdigung der Ansätze im Hinblick auf die Eignung für die Strategiebewertung.....	222
4.3.2.2	Festlegung von separaten Bewertungseinheiten.....	223
4.3.2.2.1	Bildung strategischer Geschäftseinheiten.....	223
4.3.2.2.2	Klassifizierung strategischer Geschäftseinheiten....	225
4.3.2.2.3	Aggregation der Geschäftseinheiten zu Segmenten...	228
4.3.2.3	Ableitung der Segmentkapitalkosten.....	229
4.3.2.3.1	Ermittlung der segmentspezifischen Eigenkapitalkosten.....	230

4.3.2.3.1.1	Grundlegende Konzeptionen zur Ermittlung von Eigenkapitalkosten.....	231
4.3.2.3.1.2	Ersatzmethoden zur Bestimmung von segmentbezogenen Eigenkapitalkosten.....	233
4.3.2.3.2	Ermittlung der segmentspezifischen Fremdkapitalkosten.....	247
4.3.2.3.3	Festlegung der segmentspezifischen Zielkapitalstruktur.....	250
4.3.2.3.4	Segment-Steuersatz.....	257
4.3.2.4	Prognose der Segmentcashflows.....	251
4.3.2.4.1	Definition und Abgrenzung der Cashflows.....	252
4.3.2.4.2	Ermittlungsmethoden des Free Cashflows.....	254
4.3.2.4.3	Bestimmung Strategie- und bewertungsrelevanter Segmentcashflows.....	256
4.3.2.4.3.1	Free Cashflows der operativen Segmente.....	256
4.3.2.4.3.2	Free Cashflows der Zentrale.....	259
4.3.2.4.4	Zeithorizont der Cashflow-Prognose.....	267
4.3.2.4.5	Plausibilisierung der Cashflow-Prognose.....	263
4.3.2.4.6	Ermittlung des Endwerts.....	264
4.3.3	Informationen zur Segmentperformance.....	266
4.3.3.1	Shareholder Value Added-Ansatz nach RAPPAPORT.....	268
4.3.3.2	Economic Profit.....	271
4.3.3.3	Economic Value Added.....	273
4.3.3.4	Cashflow Return on Investment und Cash Value Added.....	278
4.3.3.5	Kapitaltheoretischer Residualgewinn.....	285
4.3.3.6	Würdigung der Konzepte im Hinblick auf die Eignung für die Performancemessung von Segmenten.....	286
4.4	Segment Risk Reporting.....	288
4.4.1	Notwendigkeit der Orientierung an Chancen und Risiken.....	289
4.4.2	Grundzüge des Risikomanagement und -reporting.....	290
4.4.2.1	Risikobegriff.....	291
4.4.2.2	Chancen- und risikoorientiertes Überwachungssystem.....	292
4.4.2.2.1	Risikokultur und -Strategie.....	293
4.4.2.2.2	Risikofrüherkennung.....	294
4.4.2.2.3	RisikocontrollingZ-überwachung.....	295
4.4.2.2.4	Risikobewältigung.....	296
4.4.2.3	Chancen- und Risikoberichterstattung.....	297
4.4.2.3.1	DRS 5 als Leitlinie einer ordnungsgemäßen Risikoberichterstattung.....	297

4.4.2.3.2	<i>Anforderungen an die Risikoberichterstattung unter dem Blickwinkel des Business Reporting</i>	299
4.4.2.4	Risikofelder und -arten	302
4.4.2.5	Abgrenzung des Corporate Risk Reporting zum Segment Risk Reporting	304
4.4.3	Informationen zu segmentbezogenen Risikofeldern	306
4.4.3.1	Globale Umfeldrisiken	306
4.4.3.1.1	Wirtschaftliche Umfeldrisiken	307
4.4.3.1.2	Technologische Umfeldrisiken	309
4.4.3.1.3	Politische und rechtliche Umfeldrisiken	310
4.4.3.1.4	Soziokulturelle Umfeldrisiken	311
4.4.3.1.5	Ökologische Umfeldrisiken	312
4.4.3.2	Branchenrisiken	313
4.4.3.2.1	Allgemeine Branchencharakteristika	313
4.4.3.2.1.1	Branchenstruktur	314
4.4.3.2.1.2	Branchenentwicklung und -dynamik	315
4.4.3.2.1.3	Internationalisierungsgrad	316
4.4.3.2.1.4	Stabilität der Nachfrage	316
4.4.3.2.2	Zugehörigkeit zur strategischen Gruppe in einer Branche	317
4.4.3.2.3	Stellung innerhalb der strategischen Gruppe	318
4.4.3.2.3.1	Lieferanten	318
4.4.3.2.3.2	Wettbewerber	319
4.4.3.2.3.3	Kunden	321
4.4.3.3	Geschäftsrisiken	322
4.4.3.3.1	Risiken der Geschäftsstrategie	323
4.4.3.3.2	Risiken der Prozessbereiche	325
4.4.3.3.2.1	Beschaffung	325
4.4.3.3.2.2	Produktion	326
4.4.3.3.2.3	Absatz	328
4.4.3.3.2.4	Materialwirtschaft und Logistik	331
4.4.3.3.2.5	Forschung und Entwicklung	332
4.4.4	Informationen zur Risikobewertung und -Steuerung	334
4.4.4.1	Value at Risk als Maßstab der Risikobewertung und -Steuerung	335
4.4.4.1.1	Grundmodell des Value at Risk	336
4.4.4.1.2	Übertragung des Value at Risk-Ansatzes auf den industriellen Kontext	338
4.4.4.1.3	Risikolimitierung als Verfahren der Risikosteuerung	341
4.4.4.1.4	Würdigung der Value at Risk-Ansätze im Hinblick auf ihre Eignung für die segmentweise Risikobewertung und -Steuerung	342

4.4.4.2	Risikomatrix.....	343
4.4.5	<i>Informationen zur integrierten Wert- und Risikoberichterstattung.....</i>	344
4.4.5.1	Risikoadjustierte Bewertung.....	344
4.4.5.2	Risikoadjustierte Performancemessung.....	345
4.5	Unterstützende Elemente des Segment Business Reporting.....	347
4.5.1	<i>Background Information about Segments.....</i>	348
4.5.1.1	Ziele und Strategien.....	348
4.5.1.2	Beschreibung der Geschäftstätigkeit und des Betriebsvermögens.....	349
4.5.1.3	Auswirkungen der Branchenstruktur.....	349
4.5.2	<i>Financial and Non-financial Data.....</i>	350
4.5.3	<i>Information about Intangible Assets.....</i>	352
4.5.4	<i>Managements Analysis.....</i>	353
4.5.5	<i>Forward-Looking Information.....</i>	355
5	Kapitalmarktorientierte Segmentanalyse.....	359
5.1	Handlungsrahmen und Besonderheiten der Segmentanalyse.....	360
5.2	Finanzielle Segmentanalyse.....	362
5.2.1	<i>Bilanzanalytische Abgrenzung der Segmentdaten.....</i>	363
5.2.1.1	Bilanzanalytische Abgrenzung von Segmentvermögen und Segmentinvestitionen.....	363
5.2.1.2	Bilanzanalytische Abgrenzung der Segmentschulden.....	364
5.2.1.3	Bilanzanalytische Abgrenzung des Segmenterfolgs.....	365
5.2.1.3.1	Abgrenzung des Segmentergebnisses.....	365
5.2.1.3.2	Abgrenzung der Segmentumsatzerlöse.....	366
5.2.1.3.3	Abgrenzung der Segmentabschreibungen.....	367
5.2.1.3.4	Abgrenzung der sonstigen zahlungsunwirksamen Segmenterfolge.....	368
5.2.1.3.5	Abgrenzung der betriebsfremden Segmenterfolge.....	369
5.2.1.4	Bilanzanalytische Abgrenzung des Segmentcashflows.....	369
5.2.1.4.1	Abgrenzung des Brutto-Segmentcashflows.....	370
5.2.1.4.2	Abgrenzung des Netto-Segmentcashflows.....	372
5.2.1.4.3	Abgrenzung des Segment-Free Cashflows.....	373
5.2.2	<i>Finanzwirtschaftliche Analyse.....</i>	374
5.2.2.1	Investitionsanalyse.....	374
5.2.2.1.1	Analyse der Kapitalbindung.....	375

5.2.2.1.2	<i>Analyse des Vermögenswachstums</i>	378
5.2.2.1.3	<i>Analyse der Vermögens- und Investitionsaufteilung</i>	381
5.2.2.2	<i>Finanzierungsanalyse</i>	383
5.2.2.2.1	<i>Analyse der Kapitalstruktur</i>	384
5.2.2.2.2	<i>Leverage-Analyse</i>	384
5.2.2.2.3	<i>Analyse des Verschuldungsbeitrags</i>	385
5.2.2.3	<i>Liquiditätsanalyse</i>	387
5.2.2.3.1	<i>Statische Liquiditätsanalyse</i>	387
5.2.2.3.2	<i>Dynamische Liquiditätsanalyse</i>	387
5.2.2.3.2.1	<i>Analyse der Cashflow-Qualität</i>	388
5.2.2.3.2.2	<i>Analyse des Innenfinanzierungspotenzials</i> ...	389
5.2.2.3.2.3	<i>Analyse des Liquiditätsbeitrags</i>	391
5.2.2.3.2.4	<i>Analyse der Entschuldungsfähigkeit</i>	391
5.2.3	<i>Erfolgswirtschaftliche Analyse</i>	394
5.2.3.1	<i>Ergebnisanalyse</i>	395
5.2.3.1.1	<i>Bestimmung eines nachhaltigen Segmentergebnisses</i>	395
5.2.3.1.2	<i>Analyse der Erfolgsqualität</i>	397
5.2.3.1.2.1	<i>Cashflow als Maßstab der Ertragskraft</i>	397
5.2.3.1.2.2	<i>Cashflow als Indikator der Umsatzqualität</i> ...	398
5.2.3.1.2.3	<i>Cashflow als Indikator der Ergebnisqualität</i>	399
5.2.3.1.3	<i>Analyse der Erfolgsstruktur</i>	399
5.2.3.1.3.1	<i>Analyse der Umsatzstruktur und -entwicklung</i>	400
5.2.3.1.3.2	<i>Analyse der Abschreibungsstruktur</i>	400
5.2.3.1.3.3	<i>Analyse der Ergebnisstruktur</i>	401
5.2.3.1.4	<i>Analyse des Erfolgsbeitrags</i>	403
5.2.3.1.4.1	<i>Analyse des Umsatzbeitrags</i>	404
5.2.3.1.4.2	<i>Analyse des Ergebnisbeitrags</i>	406
5.2.3.2	<i>Rentabilitätsanalyse</i>	407
5.2.3.2.1	<i>Analyse der Umsatzrentabilität</i>	407
5.2.3.2.2	<i>Analyse der Vermögensrentabilität</i>	408
5.2.3.2.3	<i>Analyse der Cashflow-Rentabilität</i>	412
5.2.3.2.4	<i>Analyse des Rentabilitätsbeitrags</i>	413
5.2.3.3	<i>Wertsteigerungsanalyse</i>	414
5.2.3.3.1	<i>Approximation risikoadäquater Segmentkapitalkosten</i>	414
5.2.3.3.1.1	<i>Abschätzung risikoadäquater Eigenkapitalkosten</i>	415
5.2.3.3.1.2	<i>Abschätzung risikoadäquater Fremdkapitalkosten</i>	431
5.2.3.3.1.3	<i>Abschätzung der Kapitalstruktur</i>	432

5.2.3.3.2	<i>Wertorientierte Rentabilitätsanalyse</i>	435
5.2.3.3.3	<i>Analyse des Wertbeitrags</i>	436
5.2.3.3.4	<i>Portfolioorientierte Wertbeitragsanalyse</i>	437
5.3	Strategische Segmentanalyse	439
5.3.7	Fundamentalstrategische Analyse	440
5.3.1.1	Marktpotenzialanalyse.....	441
5.3.1.1.1	<i>Globalanalyse</i>	441
5.3.1.1.2	<i>Branchenanalyse</i>	444
5.3.1.1.2.1	Dekomposition der Branche.....	445
5.3.1.1.2.2	Analyse der Wettbewerbsbedingungen.....	446
5.3.1.1.2.3	Analyse der Marktqualität.....	448
5.3.1.1.3	<i>Abschätzung des Marktpotenzials</i>	449
5.3.1.2	Marktstellungsanalyse.....	450
5.3.1.2.1	<i>Analyse der Geschäftsstrategie</i>	451
5.3.1.2.2	<i>Analyse des Marktanteils</i>	453
5.3.1.2.3	<i>Analyse der Preisvorteile</i>	456
5.3.1.2.3.1	Analyse der Erfahrungskurveneffekte.....	457
5.3.1.2.3.2	Analyse der Wertkette.....	458
5.3.1.2.4	<i>Analyse der Differenzierungsvorteile</i>	465
5.3.2	Ressourcenanalyse	470
5.3.2.1	Analyse des Ressourcenpotenzials.....	470
5.3.2.1.1	<i>Ressourcenkategorisierung</i>	471
5.3.2.1.2	<i>Ressourcenidentifikation</i>	473
5.3.2.1.3	<i>Ressourcenportfolio</i>	475
5.3.2.2	Analyse des Intellectual Capital.....	476
5.3.2.2.1	<i>Bestandteile des Intellectual Capital</i>	477
5.3.2.2.2	<i>Intellectual Capital Scorecard</i>	480
5.3.2.3	SWOT-Analyse.....	482
5.3.3	Prognoseanalyse	483
5.3.3.1	Methoden der Erfolgsprognose.....	484
5.3.3.1.1	<i>Zeitreihengestützte Prognoseverfahren</i>	484
5.3.3.1.1.1	Zeitreihenanalysen.....	485
5.3.3.1.1.2	Ökonometrische Prognoseverfahren.....	486
5.3.3.1.2	<i>Konjunkturale Prognosemodelle</i>	487
5.3.3.2	Marktwertanalysen.....	489
5.3.3.2.1	<i>Bottom-up-Analyse</i>	490
5.3.3.2.1.1	Fundamentale Marktwertanalyse.....	490
5.3.3.2.1.2	Werttreiberanalyse.....	494
5.3.3.2.2	<i>Top-down-Analyse</i>	497
5.3.3.2.2.1	Multiple-Analysen.....	497
5.3.3.2.2.2	Analyse marktinhärenter Erwartungen.....	499

5.3.3.3 Risikopotenzialanalyse.....501

5.3.3.3.1 Sensitivitätsanalysen.....502

5.3.3.3.2 Szenarioanalysen.....504

5.3.3.3.3 Simulationsverfahren.....507

6 Zusammenfassende Schlussbetrachtung und Fazit.....509

Verzeichnis der Internetquellen.....513

Literaturverzeichnis.....515

Verzeichnis der Gesetze, Verordnungen, Richtlinien und Standards.....565

Verzeichnis der Geschäftsberichte.....569

Stichwortverzeichnis.....571