

Inhaltsverzeichnis

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	X
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XI
ZUSAMMENFASSUNG.....	XIV
EINLEITUNG.....	1
Themeneinführung	1
Problemstellung und Zielsetzung	1
Aufbau der Studie	2
1 EINFÜHRUNG IN DIE ZEITARBEITSBRANCHE	3
1.1 Begriffserklärung	3
1.1.1 Personaldienstleistungen.....	3
1.1.2 Zeitarbeit	4
1.1.3 Abgrenzung von anderen Methoden des flexiblen Personaleinsatzes	5
1.2 Gesetzliche Rahmenbedingungen von Zeitarbeit in Deutschland.....	6
1.3 Vor- und Nachteile von Zeitarbeit.....	8
1.3.1 Vor- und Nachteile von Zeitarbeit für den Arbeitnehmer	8
1.3.2 Vor- und Nachteile von Zeitarbeit für das Kundenunternehmen	9
1.4 Marktüberblick	10
1.4.1 Anteil Deutschlands am Weltmarkt	10
1.4.2 Entwicklung des deutschen Marktes.....	11
1.4.3 Penetration.....	12
1.5 Einflussfaktoren auf die Entwicklung der Branche	14
1.5.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	14
1.5.2 Gesetzliches Umfeld	15
1.6 Wettbewerbsstruktur.....	17

1.6.1	Marktsegmente	17
1.6.2	Anzahl der Anbieter	19
1.6.3	Größenstruktur der Anbieter	20
1.6.4	Marktanteile der Top 15 in Deutschland.....	21
1.7	Entwicklungen und Entwicklungsperspektiven auf der Anbieterseite.....	22
1.7.1	Wichtige Entwicklungen der letzten Jahre.....	22
1.7.2	Aktuelle Trends.....	24
1.7.3	Zukünftige Entwicklungen.....	26
2	WACHSTUM DER ZEITARBEITSUNTERNEHMEN	29
2.1	Wachstumsrichtungen	29
2.2	Wachstumsformen	31
2.2.1	Internes Wachstum.....	31
2.2.2	Externes Wachstum.....	32
2.3	Analyse der gewählten Wachstumsstrategien	33
2.3.1	Überblick über die bisher gewählten Wachstumsformen	34
2.3.2	Überblick über getätigte Akquisitionen	35
2.3.3	Zukünftige Wachstumsstrategien.....	36
2.4	Kritische Beurteilung der Wachstumsformen	37
2.4.1	Vorteile von organischem Wachstum	37
2.4.2	Nachteile von organischem Wachstum.....	38
2.4.3	Vorteile von externem Wachstum.....	39
2.4.4	Nachteile von externem Wachstum	40
2.4.5	Wahl der richtigen Wachstumsform	40
2.5	Motive und Strategien für organisches Wachstum.....	41
2.5.1	Begründungen für die Wahl des internen Wachstums.....	41
2.5.2	Methoden zur erfolgreichen Realisierung organischen Wachstums.....	43
3	MOTIVE UND VORGEHEN BEI EXTERNEM WACHSTUM	45
3.1	Ablauf und Struktur einer M&A Transaktion	45
3.1.1	Beim Unternehmenskauf beteiligte Personen	45

3.1.2	Der Akquisitionsprozess im Überblick.....	45
3.2	Das Phasenmodell des Akquisitionsprozesses	46
3.2.1	Strategische Analyse- und Konzeptionsphase	46
3.2.2	Phase der Kandidatensuche.....	48
3.2.3	Voruntersuchung zum Kauf.....	50
3.2.4	Vertragliche Phase	51
3.2.5	Integrationsphase.....	52
3.3	Übernahmefinanzierung.....	53
3.3.1	Finanzierungsmöglichkeiten	53
3.3.2	Gewählte Finanzierungsformen	53
3.3.3	Rolle von Private Equity Firmen	54
3.4	Akquisitionsoptionen	56
3.4.1	Akquisitionsrichtung	56
3.4.2	Größe des Akquisitionsobjekts	58
3.5	Beobachtete Akquisitionsmotive: Fallbeispiele	59
3.5.1	Eintritt in andere Segmente im Bereich Arbeitnehmerüberlassung.....	59
3.5.2	Zugang zu Mitarbeiterressourcen.....	60
3.5.3	Schließen geographischer Lücken	61
3.5.4	Stärkung des bestehenden Angebots.....	62
3.5.5	Internationalisierung	63
3.5.6	Vom Zeitarbeitsunternehmen zum Personaldienstleister	64
4	ERFOLGS- UND MISSERFOLGSFAKTOREN.....	67
4.1	Messung des Akquisitionserfolgs	67
4.1.1	Erfolgsmessung anhand von Jahresabschlusszahlen	67
4.1.2	Erfolgsmessung anhand von Managementbefragungen	69
4.1.3	Erfolgsmessung anhand der desinvestitionsorientierten Untersuchung	71
4.1.4	Erfolgsmessung anhand von Börsenkursen	71
4.2	Erfolgseinschätzung nach Akquisitionsrichtung	72
4.2.1	Ergebnisse empirischer Untersuchungen.....	72
4.2.2	Erfolgseinschätzung der befragten Marktteilnehmer.....	72
4.3	Erfolgsfaktoren.....	75

4.3.1	Akquisition in früher Lebenszyklusphase der Branche	75
4.3.2	Professionalität bei der Akquisitionsplanung	76
4.3.3	Vereinbarkeit der Unternehmenskulturen.....	76
4.3.4	Integrationsplanung.....	77
4.4	Risiken und Problembereiche	77
4.4.1	Fehleinschätzung bzgl. der Unternehmensausrichtung.....	77
4.4.2	Kulturelles Risiko.....	78
4.4.3	Verlust von Kunden	79
4.5	Maßnahmen zur Risikominimierung	80
4.5.1	Earn-Out-Methode	81
4.5.2	Cultural Due Diligence	82
4.5.3	Vertragliche Bindung der Schlüsselmitarbeiter und Manager.....	82
4.5.4	Intensive Gespräche mit Belegschaft und Kunden	83
4.5.5	Monetäre und ideelle Anreize für Mitarbeiter	83
5	ZUSAMMENFASSUNG	85
	LITERATURVERZEICHNIS	89
	ANLAGEVERZEICHNIS.....	99