

Einfach richtig Geld verdienen mit Fundamentalanalyse

Bearbeitet von
Clemens Kustner, Ulrich Krings

1. Auflage 2017. Buch. 254 S. Softcover
ISBN 978 3 527 50900 3
Format (B x L): 14 x 21,4 cm

[Wirtschaft > Wirtschaftswissenschaften: Allgemeines > Wirtschaftswissenschaften:
Sachbuch und Ratgeberliteratur](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhalt

Einleitung	9
■ Kapitel 1: Grundgedanken der Fundamentalanalyse: Anlageentscheidungen in Fakten verankern	13
Anlageentscheidungen unter Unsicherheit	13
Berg-und-Tal-Fahrt an den Börsen	13
Umfeld für Anlageentscheidungen von ausgeprägter Unsicherheit gekennzeichnet.....	15
Ursprünge der Fundamentalanalyse.....	18
Grundaussagen der Fundamentalanalyse	21
Unterscheidung zwischen Preis und Wert.....	21
»Margin of Safety« und Nachhaltigkeit als Kaufkriterien	23
Gründliche Analyse als Kern der Fundamentalanalyse	27
Investieren statt Spekulieren	29
Wie sich Fundamentalanalyse von anderen Investmentansätzen unterscheidet	30
Fundamentalanalyse versus passive Investmentansätze.....	30
Fundamentalanalyse versus Markttechnik.....	31
Realistische Erwartungen an die Fundamentalanalyse.....	32
■ Kapitel 2: Technische Grundlagen der Fundamentalanalyse	37
Unternehmen schaffen Wert im operativen Geschäft	38
Finanzierungstätigkeit.....	38
Investitionstätigkeit	39
Umsatzstätigkeit.....	39
Gesamtorganismus eines Unternehmens im Überblick	39
Modigliani-Millers nobelpreiswürdige Erkenntnis: Finanzierungstätigkeit schafft keinen Wert	42

Der erwirtschaftete Wert lässt sich am besten durch Übergewinne messen.....	43
Umsätze als Basis für das Erwirtschaften von Wert	43
Bedeutung des Gewinns: Nur ausreichend profitable Umsätze können Wert schaffen	43
Übergewinn als Gewinn nach Kapitalkosten.....	44
Übergewinne steigern den Wert eines Unternehmens	45
Rendite, Marge und Kapitalumschlagshäufigkeit als zentrale Werttreiber.....	47
Free Cashflow als alternatives Wertmaß.....	49
Mit Bewertungsmodellen vom erwirtschafteten Wert zum Unternehmenswert	49
Das Übergewinn-Modell	50
Das Discounted Cashflow-Modell.....	51
Prozess der Fundamentalanalyse: In FÜNF Schritten zur Bestimmung des inneren Werts eines Unternehmens	51
Schritt 1 der Fundamentalanalyse: Ein Unternehmen kennen	51
Schritt 2 der Fundamentalanalyse: Informationen analysieren	52
Schritt 3 der Fundamentalanalyse: Wertgenerierung prognostizieren	53
Schritt 4 der Fundamentalanalyse: Von der Prognose zum Unternehmenswert.....	53
Schritt 5 der Fundamentalanalyse: Treffen einer Anlageentscheidung	53
Praxisbeispiel Sika	54
■ Kapitel 3: Schritt 1 der Fundamentalanalyse – ein Unternehmen kennen	55
Vorgehen beim Kennenlernen eines Unternehmens	56
Due Diligence für Investoren unverzichtbar	56
Wie ein Unternehmer denken	57
Fokus auf öffentlich verfügbare Informationen	57
Fokus auf Informationen über die zukünftige Fähigkeit, Wert zu erwirtschaften.....	58
Unterscheidung von sektorspezifischen und unternehmensspezifischen Faktoren.....	58
Analyse der Attraktivität einer Branche mithilfe von Michael Porters Fünf-Kräfte-Modell	61
Analyse der relativen Wettbewerbsvorteile mithilfe von Michael Porters Wertkette.....	62

14 Kernfragen zum Kennenlernen eines Unternehmens.....	63
Due Diligence als kontinuierliche Aufgabe	65
Quellen für Informationen über Unternehmen	65
Gesunde Skepsis im Umgang mit Informationen.....	68
Erläuterung und Anwendung der Kernfragen auf Sika.....	70
Kernfrage 1: Produkte und Märkte eines Unternehmens	70
Fragen zur Attraktivität des Sektors	73
Kernfrage 2: Merkmale und Attraktivität des Sektors.....	73
Kernfrage 3: Wettbewerbsintensität.....	79
Kernfrage 4: Kunden.....	86
Kernfrage 5: Zulieferer	89
Kernfrage 6: Substitutionsprodukte.....	92
Kernfrage 7: Eintritt neuer Wettbewerber.....	93
Analyse der Positionierung eines Unternehmens.....	96
Kernfrage 8: Forschung und Entwicklung.....	96
Kernfrage 9: Zugang zu und Einkauf von Inputfaktoren.....	98
Kernfrage 10: Produktion	99
Kernfrage 11: Marketing und Vertrieb	100
Kernfrage 12: Wachstumspotenzial und Wachstum relativ zum Sektor.....	103
Kernfrage 13: Management.....	108
Kernfrage 14: Regulatorisches Umfeld	109

■ Kapitel 4: Schritt 2 der Fundamentalanalyse – Informationen analysieren.....	113
Fokus auf das operative Geschäft	115
Umgliederung der Bilanz.....	115
Umgliederung der Erfolgsrechnung.....	123
Umgliederung der Mittelflussrechnung.....	133
Temporäre versus nachhaltige Ergebniskomponenten.....	141
Trennung nachhaltiger von einmaligen Ergebniskomponenten	142
Fokus auf Werttreiber	149
Rendite auf das operative Nettobetriebsvermögen als Ausgangspunkt	149
Zerlegung in Marge und Kapitalumschlagshäufigkeit	150
Weitere Zerlegung der Marge und der Kapitalumschlagshäufigkeit.....	151
Mehrjährige Analyse über Konjunkturzyklus hinweg besonders aussagekräftig	151
Analyse des Wachstums.....	163
Nicht jedes Wachstum schafft Wert.....	163

Wachstum der Übergewinne schafft Wert	165
Analyse des Umsatzwachstums und des Wachstums der Übergewinne.....	166
Hohe Abhängigkeit vom Anfangs- und Endpunkt	179
■ Kapitel 5: Schritt 3 der Fundamentalanalyse – Wertgenerierung prognostizieren.....	181
Prognose als Kern der Bewertung.....	181
Einfache Prognosen	182
Umfassende Prognosen	189
Prognose der Umsatzerlöse	192
Prognose des Nettobetriebsvermögens.....	205
Prognose der Marge.....	209
■ Kapitel 6: Schritt 4 der Fundamentalanalyse – von der Prognose zum Unternehmenswert.....	227
DCF-Modell.....	227
Übergewinn-Modell.....	231
■ Kapitel 7: Schritt 5 der Fundamentalanalyse – Entscheidungen treffen	241
Entscheidungsregel.....	241
Schlussbemerkungen.....	243
Glossar	245
Literaturhinweise.....	249
Stichwortverzeichnis	251