

Inhaltsverzeichnis

Einführung	1
Das Paradox des „finanzstrategischen Denkens“	1
Der Wandel zur Strategic Corporate Finance	3
Aufbau des Buches	4
1 Alte und neue Paradigmen der Finance	7
1.1 Forschungsgegenstand der Finance	7
1.2 Die alte Finance	8
1.3 Die neoklassische Finance	10
1.4 Moderne Portfoliotheorie und Optionspreistheorie	12
1.5 Empirische Finanzmarktforschung	15
1.6 Corporate Finance	18
1.7 Strategic Corporate Finance	21
1.7.1 Attraktivität der Märkte und Ohnmacht der Marktteilnehmer	22
1.7.2 Bewertungsprobleme aufgrund von Komplexität	24
1.7.3 Informationsunterschiede in Märkten	25
1.7.4 Kombinierte Bereitstellung von Wissen und Kapital....	26
2 Mergers & Acquisitions	29
2.1 Manager und Anleger als Akteure	29
2.2 Klassische Kooperationsstrategien	31
2.3 Finanzstrategisches Wachstum	34

2.3.1	Diversifizierung der Geschäftstätigkeit.....	35
2.3.2	Anpassung des Produktportfolios an Marktanforderungen	38
2.3.3	First Mover Advantage – Vorreiter im Markt.....	40
2.3.4	Ressourcenzugriff und fluide Marktgrenzen.....	42
2.4	Differenzierte Betrachtung von Wachstumsstrategien	45
3	Unternehmenskommunikation	47
3.1	Inhalte der Unternehmenskommunikation.....	47
3.2	Adressaten der Unternehmenskommunikation	50
3.3	Generische Kommunikationsstrategien	52
3.4	Kommunikationsstrategien für Mergers & Acquisitions	56
3.4.1	Anpassung des Produktportfolios an die Marktanforderungen	57
3.4.2	First Mover Advantage in Netzwerken.....	59
3.4.3	Diversifikation mit dem Ziel der Konglomeratbildung	62
3.4.4	Fluide Marktgrenzen und Ressourcenzugriff.....	65
3.5	Finanzstrategische Kommunikation am Beispiel der Bertelsmann AG	66
4	Neue Finanzierungsformen in der Strategic Corporate Finance: Entrepreneurial Finance, Venture Capital, Private Equity und Hedge-Fonds	69
4.1	Private Finanzinvestoren für Innovation und Wachstum.....	69
4.2	Entrepreneurial Finance und Venture Capital.....	72
4.2.1	Von der Invention zur Innovation	72
4.2.2	Entrepreneurial Finance als Basisfinanzierung.....	73

4.2.3	Venture-Capital-Finanzierung als Anschlussfinanzierung.....	75
4.2.4	Private Equity zur Verstärkung von Venture Capital	76
4.3	Private-Equity-Finanzierung.....	77
4.3.1	Buyouts mit dem Ziel der Unternehmensfortführung, Restrukturierung und Sanierung	78
4.3.2	Finanzielle LBOs: Unternehmenszertrümmerung und -ausverkauf.....	81
4.4	Hedge-Fonds-Finanzierung	84
5	Die Bedeutung von CSR-Kapital für eine nachhaltigkeitsorientierte Strategic Corporate Finance.....	87
5.1	Einleitung.....	87
5.2	Die Finanzmärkte als Schauplatz eines neuen Werteverständnisses.....	88
5.3	Zur Bestimmung von Gütekriterien für Kapital und Finanzierung	90
5.3.1	Die Ebene der Mittelherkunft	90
5.3.2	Die Ebene der Mittelverwendung	93
5.3.3	Aktuelle Tendenzen: Das „Heuschrecken“-Phänomen	96
5.4	Der institutionelle Handlungsrahmen	100
5.5	Zur Rolle der Spekulation	101
5.6	Eine Neubesinnung in der Wertediskussion?	102
5.7	Zur Bewertungsfunktion von Finanzmärkten	106
5.8	Realwirtschaft versus Spekulation: Eine Antwort auf die Gütefragen?	107

5.9	Zur Rolle des Ratings und der Zertifizierung	108
5.10	Ein Fazit	109
6	Wechsel der Investoren	113
6.1	Die aktuelle Investitionslandschaft	113
6.2	Wechsel der Investoren – Ein neues Phänomen?	116
6.2.1	Von Corporate Raiders und Heuschrecken – Entwicklung seit den Achtzigerjahren	116
6.2.2	Status Quo	118
6.3	Veränderte Rahmenbedingungen der Finanzierungs- landschaft durch Wechsel der Investoren – Konsequenzen für Unternehmen und Manager	121
6.3.1	Alternative Finanzierungsmöglichkeiten durch neue Investorengruppen – Konsequenzen für Unternehmen	121
6.3.2	Neue Spielregeln der Unternehmensführung durch den Eintritt internationaler Investoren- gruppen – Konsequenzen für das Management	123
6.4	Fazit	126
	Autorenverzeichnis	129

Finanzstrategisch denken!

Paradigmenwechsel zur Strategic Corporate Finance

Eilenberger, G.; Haghani, S.; Kötzle, A.; Reding, K.;

Spremann, K. (Hrsg.)

2008, VIII, 130 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-76433-5