

Guido Eilenberger • Sascha Haghani
Alfred Kötzle • Kurt Reding
Klaus Spremann
Herausgeber

Finanzstrategisch denken!

Paradigmenwechsel
zur Strategie Corporate Finance

„ HOCHSCHULE
BIBLIOTHEK LIECHTENSTEIN

4y Springer

aeademienetwork

Inhaltsverzeichnis

- Einführung.....1**
 - Das Paradox des „finanzstrategischen Denkens“.....1
 - Der Wandel zur Strategie 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..... r.....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 Strategie 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 Kopperationsstrategien.....31
 - 2.3 Finanzstrategisches Wachstum.....34

VI Inhaltsverzeichnis

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 Strategie 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 Unternehmensfortfuhrung, 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 Strategie 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
	<i>r</i>	
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

VIII Inhaltsverzeichnis

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