

# Finanzstrategisch denken!

Paradigmenwechsel zur Strategic Corporate Finance

Bearbeitet von  
Guido Eilenberger, Sascha Haghani, Alfred Kötzle, Kurt Reding, Klaus Spremann

1. Auflage 2007. Buch. viii, 130 S. Hardcover  
ISBN 978 3 540 76433 5  
Format (B x L): 15,5 x 23,5 cm  
Gewicht: 830 g

[Wirtschaft > Unternehmensfinanzen > Finanzierung, Investition, Leasing](#)

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.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einführung</b>	<b>1</b>
Das Paradox des „finanzstrategischen Denkens“	1
Der Wandel zur Strategic Corporate Finance	3
Aufbau des Buches	4
<b>1 Alte und neue Paradigmen der Finance</b>	<b>7</b>
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
<b>2 Mergers &amp; Acquisitions</b>	<b>29</b>
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
<b>3</b>	<b>Unternehmenskommunikation.....</b>	<b>47</b>
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
<b>4</b>	<b>Neue Finanzierungsformen in der Strategic Corporate Finance: Entrepreneurial Finance, Venture Capital, Private Equity und Hedge-Fonds.....</b>	<b>69</b>
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
<b>5</b>	<b>Die Bedeutung von CSR-Kapital für eine nachhaltigkeitsorientierte Strategic Corporate Finance.....</b>	<b>87</b>
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
<b>6</b>	<b>Wechsel der Investoren</b>	<b>113</b>
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
	<b>Autorenverzeichnis</b>	<b>129</b>