

Carsten Heckemüller

Corporate Finance Management zur Etablierung junger Wachstumsunternehmen

**Analyse, Gestaltung und
Handlungsempfehlungen am Beispiel
von Biotechnologie-Unternehmen**

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann

Deutscher Universitäts-Verlag



Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	VII
Vorwort.....	IX
Inhaltsverzeichnis.....	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2 Abgrenzung des Themas.....	6
1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit.....	7
1.3.1 Methodische Vorgehensweise.....	7
1.3.2 Aufbau der Arbeit.....	8
2 Grundlagen: JTWU, Biotechnologie und wertorientierte Etablierung.....	11
2.1 Etablierung junger technologieorientierter Wachstumsunternehmen - das Beispiel Biotech-Unternehmen.....	11
2.1.1 Charakteristika junger technologieorientierter ^ Wachstumsunternehmen.....	11
2.1.2 Zur Kennzeichnung von Biotech-Unternehmen.....	14
2.1.2.1 Definition und Anwendungsfelder der modernen Biotechnologie.....	14
2.1.2.2 Merkmale von Biotech-Unternehmen.....	19
2.1.2.3 Wertschöpfungsprozess für Biotech-Unternehmen.....	23
2.1.2.4 Heterogenität der Geschäftsmodelle.....	26
2.1.2.5 Internationaler Vergleich.....	30
2.1.3 Etablierungsprozess von Biotech-Unternehmen.....	34
2.1.3.1 frühentwicklungsphasen von Biotech-Unternehmen.....	34
2.1.3.2 Etablierungsansatz für Biotech-Unternehmen.....	36

2.2	Corporate Finance Management als Orientierungsrahmen für eine wertorientierte Etablierung.....	39
2.2.1	Definition des Corporate Finance Managements.....	39
2.2.2	Normative, strategische und operative Bezugsebenen des Corporate Finance Managements.....	42
2.2.3	Corporate Finance Management-Konzeption als Orientierungsrahmen zur Gestaltung der Etablierung.....	47
3	Informationen als Basis für das wertorientierte Management des Etablierungsprozesses von Biotech-Unternehmen.....	51
3.1	Entwicklung eines Bezugsrahmens und Identifizierung von Informationsbedarfsebenen für die Ermittlung der Ausgangsposition zum Gestalten des Etablierungsprozesses.....	51
3.2	Analyse der globalen Umwelt.....	57
3.2.1	Technologische Umwelt.....	57
3.2.1.1	Nutzen, Problemfelder und Methoden.....	57
3.2.1.2	Technologiefrüherkennung und Technologieprognose.....	59
3.2.2	Weitere Umweltaspekte.....	68
3.2.2.1	Politisch-rechtliche Umwelt.....	68
3.2.2.2	Ökonomische Umwelt.....	74
3.2.2.3	Netzwerke und infrastrukturelle Umwelt (Biotech-Cluster).....	81
3.2.2.4	Sozio-kulturelle und ökologische Umwelt.....	87
3.3	Branchenanalyse: Markt, Kunden und Wettbewerb.....	92
3.3.1	Nutzen, Problemfelder und Methoden.....	92
3.3.2	Markt- und Kundenanalyse.....	95
3.3.2.1	Marktstruktur und -entwicklung der Biotech-Branche.....	95
3.3.2.2	Kundenanalyse: Prognose der Nachfrage.....	100
3.3.3	Wettbewerbsanalyse - Prognose der Wettbewerbsposition beim Markteintritt.....	105
3.4	Kapitalmarktanalyse: Kapitalmarkt, Kapitalgeber und Wettbewerb.....	110
3.4.1	Nutzen, Problemfelder und Methoden.....	110
3.4.2	Kapitalmarkt- und Kapitalgeberanalyse.....	115

3.4.2.1	Kapitalmarktstruktur und -entwicklungen für Biotech-Unternehmen.....	115
3.4.2.2	Kapitalgeberanalyse: Grundlage für die Kapitalbeschaffung.....	126
3.4.3	Wettbewerbsanalyse - Prognose der Wettbewerbsposition bei der Kapitalbeschaffung.....	139
3.5	Gesellschafteranalyse: Motive und Ziele der Gründer.....	146
3.6	Zentrale Gefahren und Gelegenheiten zur Etablierung aus der Umweltbetrachtung.....	149
3.7	Verdichtung der Informationen zur Ermittlung der Ausgangsposition für eine wertorientierte Etablierung.....	154
3.7.1	Stärken- und Schwächenanalyse der produktentwickelnden roten Biotech-Unternehmen.....	154
3.7.2	Chancen- und Risikopotenziale der produktentwickelnden roten Biotech-Unternehmen.....	161
4	Ausgewählte Gestaltungsperspektiven in den Bereichen des normativen und strategischen Managements einer wertorientierten Etablierung von Biotech-Unternehmen.....	167
4.1	Herausforderungen und Normstrategien zur Etablierung von Biotech-Unternehmen.....	167
4.1.1	Herausforderungen und erste Gedanken zur langfristigen Orientierung der Unternehmens.....	167
4.1.2	Value Innovation.....	170
4.1.3	Zielplanung des Markteintritts.....	171
4.1.4	Finanzierung und Wertmanagement.....	173
4.2	Aufgabenfelder und Gestaltungsperspektiven beim normativen Management und der strategischen Rahmenplanung im Etablierungsprozess von Biotech-Unternehmen.....	176
4.2.1	Identitätsfindung im Etablierungsprozess und die Schaffung von gedanklichen Voraussetzungen.....	176
4.2.2	Ausprägten einer „Etablierungskultur“ und das Schaffen von kulturellen Voraussetzungen.....	179
4.2.3	Corporate Governance im Etablierungsprozess.....	183

4.2.3.1	Schaffung von strukturellen Voraussetzungen mittels der Corporate Governance.....	183
4.2.3.2	Konkretisierung der Corporate Governance anhand des Deutschen Corporate Governance Kodex.....	185
4.2.4	Die unternehmerische Zielbildung im Etablierungsprozess.....	196
4.2.4.1	Auswirkung des Corporate Finance Management auf die Sachzielkonzeption.....	196
4.2.4.2	Auswirkungen des Corporate Finance Management auf die Formalzielkonzeption.....	201
4.3	Corporate Finance Management im Kontext konkreter strategischer Handlungsprogramme zur Etablierung von Biotech-Unternehmen.....	211
4.3.1	Corporate Finance Management und das Management des Finanzierungseinganges.....	211
4.3.1.1	Finanzierung im Etablierungsprozess.....	211
4.3.1.2	Zentrale Kapitalbeschaffungsstrategien zur wertorientierten Etablierung.....	214
4.3.1.2.1	Aufnahme von Beteiligungskapital.....	215
4.3.1.2.2	Der Börsengang.....	222
4.3.2	Corporate Finance Management und dessen Einfluss auf ausgewählte strategische Handlungsprogramme am Beispiel des Marketingmanagements.....	228
4.3.2.1	Marketingmanagement im Etablierungsprozess.....	228
4.3.2.2	Zentrale Markteintrittsstrategien zur wertorientierten Etablierung.....	233
4.3.2.2.1	Kooperationen.....	233
4.3.2.2.2	Mergers & Acquisitions.....	243
5	Zusammenfassung und Ausblick.....	249
5.1	Zentrale Elemente des Corporate Finance Managements und Handlungsempfehlungen zur Etablierung von Biotech-Unternehmen.....	249
5.2	Ausblick zur Forschung an der Corporate Finance Management-Konzeption.....	255
	Literaturverzeichnis.....	257