

Alexander Föhl

Möglichkeiten der wertorientierten Steuerung von Wachstumsunternehmen auf Basis von Realoptionsansätzen

Dargestellt am Beispiel von Unternehmen des Mobile
Business

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2002 Diplom.de
ISBN: 9783832467760

Alexander Föhl

Möglichkeiten der wertorientierten Steuerung von Wachstumsunternehmen auf Basis von Realoptionsan- sätzen

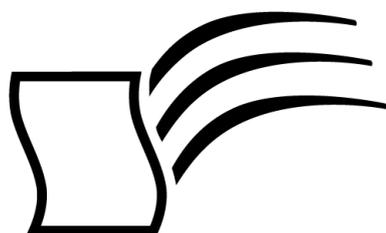
Dargestellt am Beispiel von Unternehmen des Mobile Business

Alexander Föhl

Möglichkeiten der wertorientierten Steuerung von Wachstumsunternehmen auf Basis von Realoptionsansätzen

*Dargestellt am Beispiel von Unternehmen des Mobile
Business*

**Diplomarbeit
an der Universität Mannheim
Fachbereich BWL
Oktober 2002 Abgabe**



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 6776

Föhl, Alexander: Möglichkeiten der wertorientierten Steuerung von
Wachstumsunternehmen auf Basis von Realoptionsansätzen - Dargestellt am Beispiel von
Unternehmen des Mobile Business
Hamburg: Diplomica GmbH, 2003
Zugl.: Mannheim, Universität, Diplomarbeit, 2002

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2003
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis	6
Abkürzungsverzeichnis	7
Symbolverzeichnis	9
1. Einleitung – Problemstellung und Gang der Untersuchung	11
2. Wachstum, Wachstumsunternehmen und schnell wachsende Märkte	13
2.1. Strategisches Management – Wertorientierte Unternehmensführung	13
2.2. Strategie – Strategische Perspektiven	14
2.3. Wachstumsstrategien	15
2.4. Unternehmenswachstum	17
2.4.1. Allgemeine Definition	17
2.4.2. Einflussgrößen auf das Unternehmenswachstum	17
2.4.3. Steuergrößen für das Wachstum	18
2.5. Unternehmensentwicklung und Wachstum	19
2.6. Diffusion und Adoption von Innovationen	21
2.6.1. Der Adoptionsprozess	22
2.6.2. Der Diffusionsprozess	24
2.6.3. Adopter-Kategorien	24
2.6.4. Determinanten des Diffusionsprozesses	26
2.6.5. Diffusionsgeschwindigkeit	27
2.6.6. Kritische Masse und installierte Basis	28
2.7. Charakteristika von Wachstumsunternehmen	29
2.8. Wachstumssektoren – TIMES-Sektoren	31
2.8.1. Mobile-Business	31
2.8.2. Neue Übertragungsprotokolle	32
2.8.3. Erfolgsfaktoren im Mobile-Business	33
2.8.4. Exkurs: NTT DoCoMo - The success of <i>i-mode</i>	35
2.8.4.1. Entwicklung von <i>i-mode</i>	35

2.8.4.2. Das Geschäftsmodell – Growth-Cycle	36
3. Steuerung von wachsenden Unternehmen	37
3.1. Rahmenkonzept einer wertorientierten Unternehmensführung	38
3.2. Wertorientiertes Management von Wachstumsunternehmen	39
3.3. Gestaltungsanforderungen an ein Steuerungskonzept	41
3.3.1. Anforderungen an einzelne Steuerungsgrößen	42
3.3.2. Anforderungen an das Gesamtsystem	43
3.4. Kennzahlen zur wertorientierten Steuerung	44
3.4.1. Kritik an traditionellen Steuerungskonzepten	44
3.4.2. Der Shareholder Value-Ansatz	45
3.4.2.1. Der Cash Flow	46
3.4.2.2. Der Shareholder Value	48
3.4.3. Der Shareholder-Value-Added	50
3.5. Perspektivische Ausgewogenheit – Nichtmonetäre Kennzahlen	51
3.5.1. Die Finanzperspektive	52
3.5.2. Die Kundenperspektive	53
3.5.3. Die Kooperationsperspektive	55
4. Unternehmensbewertung	56
4.1. Grundlagen der traditionellen Unternehmensbewertung	56
4.2. Traditionelle Bewertungsmethoden	57
4.2.1. Methode der Einzelbewertung	57
4.2.2. Methode der Kapitalmarktbewertung	58
4.2.3. Methode der Kapitalwertermittlung	58
4.3. Discounted Cash Flow Verfahren	59
4.3.1. Equity-Ansatz	60
4.3.2. Entity-Ansätze	60
4.4. Bestimmung der Kapitalkosten	62
4.5. Kritische Würdigung der Kapitalwertmethode	65
4.6. Lösungsmöglichkeiten – Die Verwendung von Entscheidungsbäumen	66
5. Realloptionsbewertung	68

5.1. Grundlagen der Optionspreistheorie	68
5.2. Determinanten des Optionspreises	70
5.3. Berechnungsmethoden des Optionspreises	72
5.3.1. Das Binomial Modell	73
5.3.2. Das Black-Scholes Modell	75
5.4. Der Realloptionsansatz	77
5.4.1. Von der Finanzoptionsbewertung zum Realloptionsansatz	77
5.4.2. Bewertungskonzeption des Realloptionsansatzes	77
5.4.3. Analogie zwischen Finanz- und Realloptionen	80
5.5. Realloptionsbasierte Unternehmensbewertung von Wachstumsunternehmen	81
5.5.1. Identifikationsphase	82
5.5.2. Limitationen der Realloptionsbewertung	83
5.6. Erweiterungen des Realloptionsansatzes im Hinblick auf die Anwendbarkeit zur Bewertung von Wachstumsunternehmen	85
5.7. Kritische Würdigung und Ausblick	90
5.8. Case Study – NTT DoCoMo and Its I-mode Success	91
5.8.1. Ausgangslage	91
5.8.2. Vorgehensweise	91
5.8.3. Identifikation der Handlungsmöglichkeiten	92
5.8.4. Ableitung der Bewertungsparameter	93
5.8.5. Bewertung einer Lernoption	94
6. Zusammenfassung	95
Literaturverzeichnis	97
Anhang	107

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Adopter-Kategorien im Diffusionsprozess	25
Abbildung 2: Growth-Cycle	37
Abbildung 3: Berechnung des Free Cash Flow	47
Abbildung 4: Shareholder Value Network	49
Abbildung 5: Steuerungskonzept	56
Abbildung 6: Zukunftsorientierte Bewertung – DCF-Verfahren	61
Abbildung 7: Wertentwicklung des Portfolios	74

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anforderungen an Steuerungsgrößen	43
Tabelle 2: Anforderungen an das Gesamtsystem	44
Tabelle 3: Methoden der Unternehmensbewertung	59
Tabelle 4: Einflussfaktoren und deren Auswirkung auf den Optionswert	76
Tabelle 5: Systematisierung von Realoptionen	80
Tabelle 6: Analogie zwischen Finanz- und Realoptionen	81
Tabelle 7: Inputvariablen für die Bewertung des Markteintritts in Europa	93
Tabelle 8: Veränderungen des Optionspreises bzgl. des Underlyings	95
Tabelle 9: Veränderungen des Optionspreises bzgl. Variationen des Risikos	95
Tabelle 10: Veränderungen des Optionspreises bzgl. Variationen des Zinssatzes	95

Abkürzungsverzeichnis

APM	Arbitrage-Pricing-Modell
APV-Ansatz	Adjusted-Present-Value-Ansatz
ARPU	Average Revenue Per User
BfuP	Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
CAPM	Capital-Asset-Pricing-Modell
CFROI	Cash-Flow-Return-on-Investment
CF	Cash-Flow
CRM	Customer-Relationship-Management
CSFB	Credit Suisse First Boston
d. h.	das heißt
DB	Der Betrieb
DBW	Die Betriebswirtschaft
DCF	Discounted-Cash-Flow-Methode
et al.	et alii
EK	Eigenkapital
EVA	Economic-Value-Added
f.	folgende
ff.	fortfolgend
FCF	Free Cash Flow
F&E	Forschung & Entwicklung
FK	Fremdkapital
GPRS	General Packet Radio Service
GSM	Global-System-for-Mobile-Communication
GuV	Gewinn und Verlustrechnung
HSCSD	High-Speed-Circuit-Switched-Data
Hrsg.	Herausgeber
KPN Mobile	Niederländischer Mobilfunkanbieter
KRP	Kostenrechnungspraxis
M-Business	Mobile-Business