

Untersuchungen zur Wirtschaftspolitik [U 124]

Risikokapital und elektronischer Handel

Von *Stefan Mai*

Elektronischer Handel kann eine entscheidende Bedeutung für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von industrialisierten Volkswirtschaften innerhalb der globalen Informationsgesellschaft bescheinigt werden. Internet-Unternehmen (sog. "dot.com" Unternehmen) können den Innovationswettbewerb stärken, sowie Wettbewerbsverzerrungen und Monopolisierungstendenzen aufdecken. Unter Einbezug weiterer ökonomischer Wirkungen des elektronischen Handels (besonders sinkende Transaktionskosten und Aufbrechen von Wertschöpfungsketten) bieten sich damit Investitionsanreize.

Für jede Investition werden finanzielle Mittel benötigt. Da eine selbständige Innenfinanzierung bei jungen "dot.com" Unternehmen nicht möglich ist, bedarf es einer externen Finanzierung. Spezifische Herausforderungen im elektronischen Handel zeigen allerdings traditionellen externen Finanzierungsmitteln, wie z.B. Krediten, ihre Grenzen auf. Investitionen in elektronische Handelsunternehmen, deren zukünftige Entwicklung starken Ungewissheiten unterliegt, die zum Teil auf unklaren institutionellen Rahmenbedingungen und Bewertungsproblemen basieren, motivieren deshalb die Forderung nach einer speziellen Finanzierungsform: Risikokapital.

Die Untersuchung zeigt, dass sich die Märkte für Wagniskapital über Ländergrenzen hinweg in den letzten Jahren relativ gut entwickelt haben. Die theoretische Analyse dieser Finanzierungsform, welche vor dem Hintergrund der Aktienmarktentwicklung im Jahre 2001 vorgenommen wird, verdeutlicht jedoch, dass Unvollkommenheiten im Zusammenhang mit asymmetrischer Information bestehen können. Diese werden aus dem Blickwinkel von "moral hazard" Problemen untersucht.

Die Arbeit zeigt, dass die untersuchten Unvollkommenheiten theoretische zu Ineffizienzen in der Risikokapitalfinanzierung von "dot.com" Unternehmen führen können. Darauf basierend werden Lösungswege im Sinne transparenter Kapitalmärkte abgeleitet.

Stefan Mai: Risikokapital und elektronischer Handel.

Köln 2002. 261 Seiten

ISBN: 3-933812-12-7. € 32,--