Shareholder Value-Konzept hat bei Bundesbürgern massiv an Akzeptanz verloren

Shareholder Value-Konzept hat bei Bundesbürgern massiv an Akzeptanz verloren

Von Shareholder Value ist seit Ausbruch der Finanzmarktkrise im Jahr 2008 oft die Rede. Laut einer aktuellen repräsentativen Umfrage der Handelshochschule Leipzig (HHL) in Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut TNS Infratest kennen den Begriff Shareholder Value jedoch nur etwas mehr als ein Viertel (28 Prozent) der bundesdeutschen Bevölkerung. Gegenüber dem Jahr 2000, in dem die Umfrage erstmalig durchgeführt wurde, ist der Bekanntheitsgrad dieses unternehmerischen Führungskonzepts, das vereinfacht ausgedrückt den Unternehmenswert und den davon abhängigen Wert der Aktienanteile zum Gegenstand hat, um allein nur sieben Prozent gestiegen.

An Ansehen und Akzeptanz hat das Konzept des Shareholder Value bei der Bevölkerung im Vergleich zum Jahr 2000 indes deutlich verloren. Während der Aussage "Unternehmen, die eine Erhöhung des Shareholder Value anstreben, tun dies zu Lasten der Arbeitsplätze" im Jahr 2000 nur 32 Prozent der Befragten zustimmten, tun dies heute bereits 49 Prozent. Dass Unternehmen, die eine Erhöhung des Shareholder Value anstreben, etwas für die Kleinaktionäre tun, hielten im Jahr 2000 40 Prozent der Befragten für wenig bzw. gar nicht zutreffend. Heute sind es bereits 53 Prozent. Eine drastische Verschiebung in der Bevölkerungsmeinung zeigt sich bei der Aussage "Unternehmen, die eine Erhöhung des Shareholder Value anstreben, vernachlässigen ihre gesellschaftliche Verantwortung". Stimmten dem 2000 nur 21 Prozent der Bundesbürger zu, so sind dies heute bereits knapp doppelt so viel (40 Prozent).

Mit steigendem Bildungsgrad nimmt die Akzeptanz des Shareholder Value-Konzepts bei den Bundesbürgern ab. Deutlich wird dies im Vergleich der Antworten der Befragten mit Abitur bzw. Universitätsabschluss zu denen des Bevölkerungsdurchschnitts. So befürchten heute 68 Prozent der Personen mit abgeschlossenem Abitur/Hochschulausbildung und 54 Prozent des Bevölkerungsdurchschnitts, dass Shareholder Value-Orientierung nicht zu einer gerechten Wohlstandsverteilung führt. 41 Prozent der Bürger mit höherer Bildung im Vergleich zu 32 Prozent der durchschnittlichen Bevölkerungsgruppe stimmen zudem der Aussage zu, dass Shareholder Value-Orientierung Arbeitsplätze gefährdet.

Professor Dr. Andreas Pinkwart, Rektor der Handelshochschule Leipzig (HHL), kommentierte die Umfrageergebnisse am Donnerstag auf dem HHL-Forum 2011 zum Thema "Unternehmensführung neu denken - Was lernen wir aus den jüngsten Krisen": "Die Studie zum Shareholder Value gibt keinen Anlass dazu, die soziale Marktwirtschaft oder gar die Wirtschaftswissenschaften grundlegend infrage zu stellen. Gleichwohl sollte künftig den am nachhaltigen Unternehmenserfolg orientierten, ganzheitlichen Führungskonzepten mehr Aufmerksamkeit zuteilwerden. Der Trend geht ganz deutlich weg von der kurzfristigen Gewinnmaximierung, die dem Shareholder Value-Konzept eigen ist, hin zu einer nachhaltigen Unternehmensführung. Investieren sollten wir zukünftig in Regeln, die helfen sollten, die Gier Einzelner zu minimieren. Als Ergebnis könnte das heute vielfach verlorengegangene Vertrauen in das Wirtschaftssystem zurückkehren."

Die repräsentative Befragung von 1.005 Bundesbürgern fand im Zeitraum vom 9. bis 10. November 2011 statt.

HHL-Forum 2011

Die aktuelle Studie zum Shareholder Value-Konzept ist im Rahmen des HHL-Forums 2011 zum Thema "Unternehmensführung neu denken - Was lernen wir aus den jüngsten Krisen" am 16. und 17. November 2011 in Leipzig diskutiert worden. Mit einem klaren Fokus auf die drei zentralen Felder Führung, Corporate Governance und Compliance möchte die Handelshochschule Leipzig (HHL) mit dieser Veranstaltung notwendige Weichenstellungen definieren und zukunftsfähige Führungsmodelle entwerfen. www.hhl.de/hhl-forum

Handelshochschule Leipzig (HHL)

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Neben der internationalen Ausrichtung spielt die Verknüpfung von Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden. www.hhl.de

Pressekontakt

Handelshochschule Leipzig gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

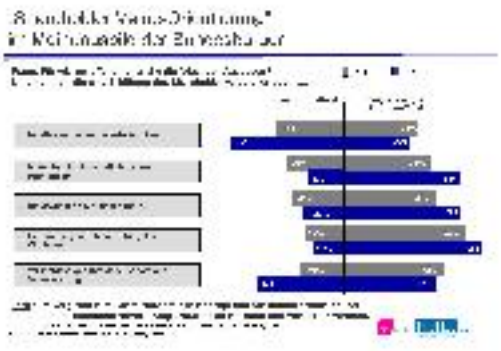
Firmenkontakt

Handelshochschule Leipzig gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

Handelshochschule Leipzig (HHL)
Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender

Führungspersönlichkeiten. Neben der internationalen Ausrichtung spielt die Verknüpfung von Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden. www.hhl.de

Anlage: Bild