

# Auf einen Blick

Welche praxisrelevanten Forschungsergebnisse aus den Themenfeldern Management, Innovation und Unternehmertum wurden in den vergangenen Monaten publiziert? Experten empfehlen eine Auswahl



**Michael Frese** ist Professor für Psychologie, insbesondere Entrepreneurship und Innovation, an der Universität Lüneburg und an der Universität Singapur

In Deutschland wird oft die Meinung vertreten, dass Familienunternehmen anderen Firmen überlegen sind. In der Tat sprechen sowohl theoretische Überlegungen als auch praktische Vorstellungen dafür. O'Boyle, Pollack und Rutherford sind dieser Fragestellung nachgegangen, mit einer in der Betriebswirtschaftslehre noch zu wenig angewendeten Methode: der Meta-Analyse. Sie sammelten sämtliche Literatur zum Thema. Ihre Untersuchung basiert auf 78 Studien mit Stichproben von 80 000 Unternehmen weltweit. Die Autoren kommen zu der überraschenden Aussage, dass es keinen Zusammenhang gibt zwischen der Familienorientierung von Firmen und ihrem finanziellen Erfolg. Dabei wurden alle möglichen Definitionen von Familienorientierung verwendet. Diese Aussage trifft auf kleine und große Unternehmen zu, auf alle Kulturregionen, gilt für börsennotierte und nicht börsennotierte Firmen. Was kann man daraus lernen? Familienunternehmen sollten nicht davon ausgehen, dass sie automatisch einen Gewinn daraus ziehen, dass sie Familienunternehmen sind. Und Nicht-Familienunternehmen haben keine Nachteile. Gutes Management sowie eine gute Personalpolitik sind viel wichtiger, denn hier zeigt die Meta-Analyse deutliche Effekte.

## Es gibt keinen Zusammenhang zwischen Familienorientierung von Firmen und ihrem finanziellen Erfolg

**Michael Frese**

**Ernest H. O'Boyle, Jeffrey M. Pollack, Matthew W. Rutherford (2012):** *Exploring the Relation Between Family Involvement and Firms' Financial Performance: A Meta-Analysis of Main and Moderator Effects*, in: *Journal of Business Venturing*, Vol. 27, Seite 1–18



**Gianfranco Walsh** ist Professor für Allgemeine BWL und Marketing an der Universität Jena. Er erforscht, wie Firmen an ihrer Reputation arbeiten können

## Eine gute Unternehmensreputation erhöht das systematische Risiko für Unternehmen

**Gianfranco Walsh**

Die Reputation eines Unternehmens ist in der betriebswirtschaftlichen Praxis ein wichtiger immaterieller Vermögensgegenstand, den es zu schützen und zu entwickeln gilt. Die bisherige Forschung fokussierte sich weitgehend auf vorökonomische (zum Beispiel Kundenzufriedenheit) und ökonomische Fragen (etwa Börsenwert) einer guten Reputation. Die Studie von Delgado-García und Kollegen widmet sich nun der Frage, inwieweit die Reputation unternehmerisches Risiko beeinflusst. Unterschieden werden drei Typen: unsystematisches Risiko (nur das einzelne Unternehmen ist betroffen), systematisches Risiko (resultierend aus Veränderungen in der Branche) und Gesamtrisiko. Die Autoren zeigen, dass eine gute Unternehmensreputation das unsystematische Risiko und das Gesamtrisiko verringert. Das systematische Risiko wird dagegen erhöht. Diese Reputations-Risiko-Zusammenhänge zeigen sich stärker bei kleinen als bei großen Firmen. Die Autoren erklären den Zusammenhang damit, dass angesehene Unternehmen ihre Reputation langfristig aufbauen und steuern. Und so auch in Krisenzeiten höhere reputationsrelevante Aufwendungen haben, etwa für die Kundenzufriedenheit. Dies steigert das systematische Risiko.

**Juan Bautista Delgado-García, Esther de Quevedo-Puente, José María Díez-Esteban (2013):** *The Impact of Corporate Reputation on Firm Risk: A Panel Data Analysis of Spanish Quoted Firms*, in: *British Journal of Management*, Vol. 24, Nr. 1, Seite 1–20