

Worauf sich Unternehmen in der Zukunft konzentrieren

Welche Managementmethoden haben Vorrang? / Eine Studie der Universität Innsbruck

noa. FRANKFURT. 30. November. Eine aktuelle Studie des Instituts für Unternehmensführung der Universität Innsbruck zeigt, wo die Schwerpunkte in den nächsten Jahren voraussichtlich liegen werden. Befragt wurden 114 Unternehmensberater in Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Auf einer Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig) bewerteten sie, wie wichtig einzelne Managementmethoden in der Zukunft sein werden. Die Ergebnisse sind überraschend (siehe Grafik). Shareholder Value ist out, die strategische Planung erlebt eine Renaissance. „Kein Wunder“, so die Autoren Kurt Matzler, Hans H. Hinterhuber und Martin Rier, „der Shareholder-Value-Ansatz stellt die Interessen nur einer Stakeholdergruppe in den Vordergrund.“

Die einseitige Maximierung der Eigentümerrendite kann nicht das Ziel eines Unternehmens sein. „Die Gefahr, kurzfristige Wertsteigerung der langfristigen Überlebensfähigkeit zu opfern, ist groß: Jeder von uns kann kurzfristig den Wert eines Unternehmens erhöhen, wenn er Arbeitsplätze abbaut oder Investitionen kürzt. In diesem Zusammenhang ist auch die Bindung der Gehälter der Führungskräfte an die Aktienkurse stark unter Kritik gekommen. In den neunziger Jahren stieg in den Vereinigten Staaten das durchschnittliche Gehalt eines CEOs um 570 Prozent, die Unternehmensgewinne wuchsen hingegen nur um 114 Prozent. Die großen Firmenpleiten, wie Enron, Worldcom, haben starke Zweifel am Shareholder-Value-Konzept aufkommen lassen. Heute setzt sich wieder die Ansicht

durch, daß die Unternehmen in erster Linie Mehrwert für die Kunden schaffen müssen. Wenn die Mitarbeiter engagiert daran arbeiten, die Kunden noch erfolgreicher zu machen, dann kann die Wertsteigerung gar nicht ausbleiben. In den letzten Jahren standen Downsizing, Lean Management und Restrukturierung im Vordergrund. Die Gründe dafür waren

natürlich die wirtschaftliche Krise und die Auswirkungen der Globalisierung. „Die Geschichte kennt aber kein einziges Unternehmen, das durch Gesund-schrumpfen groß geworden ist“, sagt Hinterhuber, „daher werden sich viele Unternehmen in den nächsten Jahren wieder mit der langfristigen Ausrichtung des Unternehmens beschäftigen.“

Die wichtigsten Managementmethoden

