Benjamin Gebhardt

Einfluss der Eigentümerstrukturen auf die Umsetzung sowie den Erfolg von Value Based Management Systemen

Eine empirische Analyse Deutscher und Südeuropäischer börsengelisteter Unternehmen

Masterarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.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 Verlages. 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.

Impressum:

Copyright © 2014 GRIN Verlag
ISBN: 9783346187871

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/704303

Benjamin Gebhardt

Einfluss der Eigentümerstrukturen auf die Umsetzung sowie den Erfolg von Value Based Management Systemen

Eine empirische Analyse Deutscher und Südeuropäischer börsengelisteter Unternehmen

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Einfluss der Eigentümerstrukturen auf die Umsetzung sowie den Erfolg von Value Based Management Systemen – eine empirische Analyse Deutscher und Südeuropäischer börsengelisteter Unternehmen

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Professur für Management und Controlling

20 – wöchige Arbeit im Rahmen der Prüfung für den
Master in Management an der Universität Göttingen

Eingereicht von:
Benjamin Gebhardt

Abgabedatum: 25.07.2014

Abstract

Die Resultate von und die Einflüsse auf Value – Based – Management (VBM) sind interessante Themen, die in der Literatur permanent diskutiert werden.

Besitzen die Investoren einen Einfluss auf die Verwendung von Value – Based – Management und hat die Verwendung von VBM einen Einfluss auf die Performance des jeweiligen Unternehmens? Das sind die beiden zentralen Fragen, die in dieser Arbeit untersucht werden sollen. Die Behauptungen sollen mit Hilfe eines Untersuchungssamples bestehend aus mittel- und südeuropäischen Unternehmen bewiesen werden. Dazu werden sowohl Ordinary Least Squares (OLS) - Regressionen als auch logistische (Logit) Regressionen verwendet.

Die Resultate der Untersuchungen zeigen, dass die strategischen Haupteigentümer mit einem Stimmrechtsanteil größer gleich 20 Prozent einen negativen Einfluss auf die Verwendung von VBM – Systemen im Unternehmen haben. Entsprechend den Erwartungen, dass VBM – Systeme die Performance der Unternehmen steigern, kann diese Aussage bejaht werden. Die Verwendung von VBM hat einen positiven Einfluss auf die Performance der Unternehmen.

.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis I

Tabellenverzeichnis II

Beispielverzeichnis III

Formelverzeichnis IV

Abkürzungsverzeichnis V

1 Einleitung 1

2 Value – Based - Management 4

2.1 Definition von VBM 5

2.2 Vorteile von VBM 7

2.3 Performance – Messungen durch Key Performance Indicator 7

3 Herleitung der Hypothesen 8

3.1 Principal – Agency – Theorie 8

3.2 Entwicklung der Hypothese H1 11

3.3 Diffusionstheorie 12

3.4 Entwicklung der Hypothese H2 14

4 Das Untersuchungssamples und der Untersuchungsprozess 16

4.1 Die Auswahl des Untersuchungssamples 16

4.2 Der Untersuchungsprozess 19

4.3 Die Entwicklung des Untersuchungsmaßes 21

4.4 Die verwendeten Variablen und ihre Eigenschaften 28

4.5 Die Anwendung von VBM auf der Grundlage des Untersuchungsmaßes 32

5 Analyse der Hypothesen 45

5.1 Testen der Hypothese 1 a 46

5.2 Testen der Hypothese 1 b 54

5.3 Testen der Hypothese 2 a 58

5.4 Testen der Hypothese 2 b 62

5.5 Zusammenfassung aller Ergebnisse der Untersuchung 68
5.6 Einschränkungen der Ergebnisse 69
6 Fazit 70
Anhang 74
Literaturverzeichnis 94

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Bestandteile des Value – Based - Managements 6
Abb. 2: Die Zusammensetzung des Untersuchungssamples nach Ländertrennung 17
Abb. 3: Die Zusammensetzung des Untersuchungssamples nach der ersten Stelle des SIC - Codes 18
Abb. 4: Die Grundlage für die Messung von VBM im Unternehmen 22
Abb. 5: Das Berechnungsschema für das VBM - Maß 24
Abb. 6: Die prozentuale Verwendung von VBM im vorliegenden Untersuchungssample 34
Abb. 7: Die unterschiedlichen Investoren und die Verwendungshäufigkeit von VBM im Untersuchungssample 36
Abb. 8: Die Implementierungstiefe von VBM in der Aufteilung Deutschland, Italien / Spanien und Rest in den Jahren 2005 - 2011 38
Abb. 9: Die Ausprägungstiefe in den Analysejahren 2006 - 2008 40
Abb. 10: Die Performanceentwicklung der Unternehmen unter Berücksichtigung der Verwendung von VBM 42
Abb. 11: Die Performanceausprägung in Bezug auf die Implementierungstiefe von VBM 44

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Die Charakteristika der Investorentypen 10
Tab. 2: Die Bestimmung der Größe des Untersuchungssamples 19
Tab. 3: Die verwendeten Variablen und ihre deskriptive Statistik 30
Tab. 4: Die Hauptinvestoren und die Verwendung von Value - Based – Management 32
Tab. 5: Der Hosmer - Lemeshow – Test für die Untersuchung 1 der Hypothese 1a 46
Tab. 6: Die Modellzusammenfassung der Untersuchung 1 der Hypothese 1a 46
Tab. 7: Die modifizierte Klassifizierungstabelle der Untersuchung 1 der Hypothese 1a 47
Tab. 8: Die Analyse der Untersuchung 1 der Hypothese 1a 49
Tab. 9: Die Codierung der kategorialen Variablen der Untersuchung 1 der Hypothese 1a..... 50
Tab. 10: Die Modellzusammenfassung der Untersuchung 1 des Robustheitstests der Hypothese 1a 51
Tab. 11: Die Analyse der Untersuchung 1 des Robustheitstests der Hypothese 1a..... 52
Tab. 12: Codierung der kategorialen Variable Untersuchung 1 H1a des Robustheitstests..... 53
Tab. 13: Die Modellzusammenfassung der Untersuchung 2 der Hypothese 1b sowie des Robustheitstests 54
Tab. 14: Signifikanzprüfung der Tests Untersuchung 2 der Hypothese 1b sowie des Robustheitstests 55
Tab. 15: Die Untersuchung 2 der Hypothese 1b mit Robustheitstest 56
Tab. 16: Die Modellzusammenfassung der Untersuchung 3 der Hypothese 2a sowie des Robustheitstests 59
Tab. 17: Die Signifikanzprüfung der Untersuchung 3 der Hypothese 2a sowie des Robustheitstests 60
Tab. 18: Die Untersuchung 3 der Hypothese 2a mit Robustheitstest..... 61
Tab. 19: Die Modellzusammenfassung der Untersuchungen 4.1 u. 4.2 der Hypothese 2b sowie des Robustheitstests..... 63
Tab. 20: Die Signifikanzprüfung der Untersuchungen 4.1 u. 4.2 der Hypothese 2b sowie des Robustheitstests 64
Tab. 21: Die Untersuchung 4.1 und 4.2 der Hypothese 2b 65
Tab. 22: Der Robustheitstest der Untersuchung 4.1 der Hypothese 2b 67

Beispielverzeichnis

Bsp. 1: Ziele der Firma Thyssen Krupp 25
Bsp. 2: Werttreiber der Firma Adidas 27