

# Geleitwort

Im managementwissenschaftlichen Forschungsbetrieb ist ein Trend zur Routineforschung zu erkennen. Zunehmend beschränken sich Managementforscher darauf, eine minimal variierte Standardfrage mit einer bewährten empirischen Standardmethode zu bearbeiten. Grundlegende, paradigmatische Fragen sowie Pfade jenseits des wissenschaftlichen Mainstreams werden hingegen eher gemieden. Die Strategie der Routineforschung mag das individuelle Forschungsrisiko minimieren, sie produziert jedoch oft genug überraschungsfreie Forschungsergebnisse und allenfalls marginalen Erkenntnisgewinn.

Das vorliegende Buch hebt sich wohltuend von diesem Trend ab. Frau Ann-Christine Schulz beschäftigt sich in ihrem Buch mit einem sehr grundlegenden Thema. Wo und durch wen wird entschieden, welche Konzepte, Verfahren und Leitlinien des Managements als „richtig“ anerkannt werden und in der Praxis Verbreitung finden? Der außenstehende Beobachter würde bei der Suche nach einer Antwort wohl zuerst auf die Managementwissenschaft blicken. Bei der genaueren Betrachtung wird jedoch deutlich, dass Praktiker nur relativ selten die Managementwissenschaft befragen, wenn sie nach Orientierung suchen. Unternehmensberatungen und nicht-wissenschaftliche „Managementgurus“ kommen schon eher in Frage. Diese Akteure spielen bei der Verbreitung von populären Managementkonzepten – oder auch Managementmoden – eine deutlich wichtigere Rolle als die wissenschaftliche Forschung. Aber auch hier lassen sich Anzeichen einer Autoritätserosion erkennen.

Eine ganz andere Gruppe scheint hingegen (zumindest bis vor Kurzem) eine unvermindert hohe Autorität zu besitzen, wenn es darum geht, die Nützlichkeit oder Schädlichkeit bestimmter Managementpraktiken zu evaluieren: Der Kapitalmarkt und die Akteure, die ihn umgeben. Es scheint durchaus plausibel, dass die vernetzten Kapitalmarktakteure eine kollektive Intelligenz hervorbringen, die allen anderen Formen der Beurteilung von Managementwissen überlegen ist. An den Kapitalmärkten fließen große Mengen an Informationen zusammen, deren Verarbeitung durch Computerisierung und Anwendung quasi-wissenschaftlicher Methoden in den letzten Jahrzehnten große Fortschritte gemacht hat.

Finanzanalysten sind unter den Kapitalmarktakteuren eine besonders interessante Gruppe. Sie geben Prognosen zur Entwicklung einzelner Unternehmen ab, und beurteilen damit implizit und oft auch explizit die „Richtigkeit“ von Managemententscheidungen. Mehr noch, sie bauen einen Erwartungsdruck auf, wie sich das Top-Management verhalten sollte. Bisher ist aber wissenschaftlich noch völlig ungeklärt, in welcher Relation die von Finanzanalysten artikulierten Vorstellungen über „gutes Management“ zu dem populären Managementdiskurs stehen, der stark von Unternehmensberatungen und „Managementgurus“ geprägt wird. Dämmt die (vermeintlich) unvoreingenommene, auf quantitativen Daten beruhende Analyse die oft als nebulös kritisierten Managementmoden ein? Oder befördern Analysten die Verbreitung populärer Konzepte noch weiter? Und wie ist dann allgemein der wachsende Einfluss von Finanzanalysten auf die Managementpraktiken börsennotierter Unternehmen zu bewerten?

Genau auf diese Fragen findet Frau Ann-Christine Schulz in ihrem Buch Antworten. Die vorliegende Arbeit leistet damit einen wichtigen und originellen Erklärungsbeitrag zur Entstehung und Verbreitung von populären Managementkonzepten. Darüber hinaus lernt der Leser bei der Lektüre des Buches viel über den Zusammenhang von Kapitalmarkt und Strategieentwicklung sowie über die Quellen systematischer Verzerrungen von Analystenprognosen.

Die Autorin verlässt zur Beantwortung ihrer Forschungsfragen den sicheren Boden der Routineforschung, ohne auf hohe methodische Standards und eine enge Rückbindung an die relevanten managementwissenschaftlichen Diskurse zu verzichten. Das Resultat ist ein sehr eigenständiger Forschungsbeitrag, der mit einer innovativen empirischen Methode eine managementwissenschaftliche Frage von grundlegender Bedeutung diskutiert. Dem Leser ist nicht nur eine erkenntnisreiche, sondern auch eine kurzweilige und interessante Lektüre gewiss. Ich wünsche dem Buch die hohe Aufmerksamkeit und Resonanz, die es verdient.

Prof. Dr. Alexander T. Nicolai

# Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand während meiner Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Stiftungsprofessur für Entrepreneurship der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Im Januar 2011 wurde sie von der Fakultät II – Informatik, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften als Dissertation angenommen.

Die Idee dieser Arbeit entwickelte sich durch zahlreiche Gespräche mit meinem Doktorvater Professor Dr. Alexander T. Nicolai über Forschungsfragen in der Schnittmenge von Strategie- und Kapitalmarktforschung. Inspiriert von diesen Diskussionen habe ich mich als Volkswirtin in mir bis dahin weitestgehend unbekannte Wissenschafts- und Themengebiete eingearbeitet, die bei mir eine große Begeisterung ausgelöst und mein Interesse an der Wissenschaft weiter genährt haben.

Meinem Doktorvater bin ich daher zu großem Dank verpflichtet. Er hat mir nicht nur wertvolle Anregungen zu diesem Thema gegeben, sondern auch durch die ständige Bereitschaft für Gespräche und kritische Diskussionen über die Resultate die Anfertigung der Arbeit in vielfältiger Weise gefördert. Darüber hinaus hat mir die Zusammenarbeit mit ihm in Forschung und Lehre an der Stiftungsprofessur für Entrepreneurship sehr viel Freude bereitet. Bei Herrn Professor Dr. Dr. h. c. Alfred Kieser bedanke ich mich sehr herzlich für die freundliche Bereitschaft, das Zweitgutachten zu übernehmen.

Für den Erfolg der Arbeit waren Teilnahmen an Summer Schools (Universität Wageningen, University of Essex), Präsentationen auf verschiedenen wissenschaftlichen Konferenzen und ein Forschungsaufenthalt an der University of California Irvine von maßgeblichem Einfluss. An dieser Stelle möchte ich dem Deutschen Akademischen Austauschdienst, der Heinz-Neumüller-Stiftung, der Deutschen Forschungsgemeinschaft, dem Förderverein der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften e. V. an der Universität Oldenburg und der Universitätsgesellschaft Oldenburg e. V. für die finanzielle Unterstützung danken.

Darüber hinaus möchte ich mich bei meinen Kollegen an der Stiftungsprofessur für Entrepreneurship Daniel Vinke, Jantje Halberstadt, Christian Horneber, Esther Klee und Michael Schuricht bedanken. Sie waren in den vergangenen Jahren ein wichtiger Bestandteil des tollen Arbeitsumfeldes.

Ein besonderer Dank gilt an dieser Stelle auch Frau Professorin Margarethe F. Wiersema, Ph. D., die mich an die University of California, Irvine eingeladen hat. Sie hat mir nicht nur in der Endphase der Fertigstellung der Dissertation eine tolle Arbeitsinfrastruktur zur Verfügung gestellt, sondern mit mir auch viele Fragen rund um die Arbeit diskutiert.

Schließlich möchte ich mich ganz herzlich bei meinen Freunden bedanken, die mich in den letzten Jahren durch alle Höhen und Tiefen begleitet haben. Ich danke Sabrina Lenck, Christina Bodenstein, Jolanda Thiede, Nora Tüpker, Gilbritt Niemeyer, Kathrin Becker, Tobias Menz, Borge Hess, Claudia Blechert, Tim Höffler, Alexandra Koch, Amanda Burkhardt, Mike Lawler und Nancy Kidder sowie ganz besonders Tobias Maria Günter und Stevica Milentijevic von ganzem Herzen für die gemeinsame Zeit, moralische Aufbauarbeit und ihre Freundschaft.

Zum Schluss gilt der Dank meinen Eltern Heinz und Edeltraut und meinem Bruder Alexander für ihre liebevolle Unterstützung während Studium und Promotion. Sie gaben mir den notwendigen familiären Rückhalt für die Verwirklichung der Arbeit und waren in dieser Zeit immer für mich da.

Ann-Christine Schulz