Editorial

Günter Fandel

Das vorliegende Heft enthält vier Beiträge. Ein Praxisbeitrag kommt aus dem Gebiet des Marketing. Die drei Forschungsarbeiten sind aus den Bereichen Hochschulökonomie, Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Entscheidungstheorie.

Betriebsformen im Automobilhandel

Fassnacht, Stallkamp, Lampl und *Rolfes* nehmen als Ausgangspunkt ihrer empirischen Untersuchungen zu bestehenden und neuartigen Betriebsformen im Automobilhandel den Tatbestand, dass viele Handelsbranchen durch verschiedene Betriebsformen gekennzeichnet sind, dagegen aber im Automobilhandel die Betriebsform des Vertragshändlers dominiert. Insofern könnte sich für Hersteller ebenso wie für Händler die Frage stellen, ob eventuell durch neuartige Vertriebsformen die Vermarktung von Neufahrzeugen verbessert werden kann. Zu diesem Zweck ist es erforderlich herauszufinden, welche Anforderungen Neuwagenkäufer im Hinblick auf die von ihnen gewünschten Betriebsformen an den Automobilhandel stellen beziehungsweise inwieweit konkrete Betriebsformen die entsprechende Akzeptanz durch den Neuwagenkäufer erhöhen. Um die Erörterungen zu systematisieren – das heißt betriebsformenspezifische Merkmale im Automobilhandel herzuleiten –, gehen die Autoren von den drei übergeordneten Marketingaspekten des Sortiments, der Ladengestaltung sowie der Verkaufsphase und der nachfolgenden Wartung und Reparatur aus und formulieren für diese Aspekte elf Merkmale mit insgesamt 36 Merkmalsausprägungen, die auf den Erkenntnissen einer Expertenbefragung basieren. Durch die Kombination von Merkmalsausprägungen muss es dann möglich sein, das klassische Autohaus als bestehende Betriebsform sowie neuartige Betriebsformen definieren zu können. Als neuartige Betriebsformen kämen das Erlebnisautohaus, der Mehrmarkenhändler, der PKW-Discounter, der Category-Killer, der Autohaus-Club und der Mobilitätsanbieter in Betracht. Der Online-Handel wird nicht gesondert erörtert, da er große Ähnlichkeiten zum Discounter aufweist. Die von den Verfassern durchgeführte computer

Online publiziert: 01.10.2011
© Gabler-Verlag 2011

Prof. Dr. Dr. h.c. G. Fandel (✉)
Editor in Chief

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Produktions- und Investitionstheorie,
FernUniversität in Hagen, Universitätsstr. 41, 58084 Hagen, Deutschland
E-Mail: zfb@fernuni-hagen.de

gestützte Online-Befragung von 1000 Probanden führte zu 950 auswertbaren Antworten, die einem zweistufigen Untersuchungsdesign unterworfen wurden. Dieses Untersuchungsdesign kombiniert die Methode des Analytic Hierarchy Process mit der Adaptiven Conjoint-Analyse, um die Befragungsergebnisse dahingehend zu strukturieren, welche Merkmalsausprägungen von potentiellen Neuwagenkäufern als inakzeptabel klassifiziert werden, wie im Übrigen die Prioritätenfolge der wichtigen Merkmale aussehen soll und welche konkrete Gewichtung die Merkmale schließlich erhalten sollen. Da der Preis des Neuwagens, die Beratung, die Probefahrt und der Aspekt einer zum Autohaus gehörenden Werkstatt die höchste relative Wichtigkeit auf der Prioritätenskala einnehmen, scheint die klassische Sortimentspolitik für die Bestimmung der besten Betriebsform eher von geringer Bedeutung zu sein. Marktsimulationen zeigen darüber hinaus, dass das Erlebnisautohaus und der Mehrmarkenhändler in der Kundenakzeptanz bei weitem vor dem klassischen Autohaus rangieren, andere neuartige Betriebsformen dagegen für die Verbesserung der Vermarktung von Fahrzeugen kaum eine Rolle spielen. Die segmentspezifische Betrachtung, welche die Ausgabenbereitschaft bestimmter Kundengruppen in die Überlegungen mit einbezieht, kommt zu folgenden konkreten Ergebnissen: Bei höherpreisigen PKWs spielt die Autohausatmosphäre für die Vermarktung eine wichtige Rolle. Im Premiumsegment sollten Zusatzprogramme markenspezifischer Zubehörartikel verfügbar sein. Die Betriebsform des Mehrmarkenkonzepts wird sich dagegen am ehesten im Kleinwagensegment als optimal erweisen.

Verbesserung der Lehre in der Betriebswirtschaftslehre durch Studienbeiträge

Beltz, Link und Ostermaier untersuchen in ihrer empirischen Analyse die Wirkung studienbeitragsfinanzierter Tutorien. Diese Lehrform eignet sich insofern in diesem Zusammenhang besonders als Untersuchungsobjekt, da Tutorien gegenüber Übungen und Vorlesungen die Betreuungsrelationen für die Studierenden drastisch verbessern, sie flexibel in der Lehre eingesetzt werden können, dabei aber nicht in die Kapazitätsplanungen der Universitäten mit einbezogen werden. Insofern ist ihre Auswahl als beitragsfinanzierte Lehrform für die Förderung der Studierenden besonders attraktiv. Die Verfasser untersuchen die Effekte für eine Pflichtvorlesung im Grundlagenstudium der Betriebswirtschaftslehre an der Ludwig-Maximilians-Universität München mit rund 800–1000 Teilnehmern. Auf die Qualifikation der eingesetzten Tutoren wird durch den Auswahlprozess, die didaktische Schulung und kontinuierliche Betreuung durch die wissenschaftlichen Mitarbeiter sowie durch die Bereitstellung von Lehrmaterialien durch den Lehrstuhl wie auch am Ende der Veranstaltung durch eine anonyme Evaluation besonders geachtet. Konkret wird untersucht, ob die Zufriedenheit der Studierenden mit Tutorien höher ausfällt als mit Übungen und ob die Studierenden eine umso bessere Prüfungsleistung erbringen, je häufiger sie an den Tutorien teilgenommen haben. Die Untersuchungen beziehen sich konkret auf die Wintersemester 2004/2005 bis 2009/2010; in diesem Zeitraum sind die bislang zu der Massenveranstaltung üblicherweise angebotenen Übungen durch Tutorien ersetzt worden. Als Kontrollvariable im Hinblick auf den Erfolg in den Prüfungsleistungen werden die Abiturnote, das Geschlecht, die Fachsemester und der Migrationshintergrund einbezogen. Mithilfe der deskriptiven Statistik kann die Hypothese bestätigt werden, dass die

Zufriedenheit der Studierenden mit den Tutorien höher ausfällt als mit den Übungen. Auf der Grundlage einer Regressionsschätzung bestätigt sich die zweite Hypothese, dass der Studienerfolg mit zunehmender Häufigkeit der Teilnahme an den Tutorien steigt. Während die Abiturnote diese Effekte verstärkt und die Anzahl der Fachsemester beziehungsweise der Migrationshintergrund sie eher abschwächen, hat das Geschlecht als Kontrollvariable keinen nennenswerten Einfluss. Insgesamt lässt sich damit also festhalten, dass studienbeitragsfinanzierte Tutorien rasch die von ihnen erwünschten Wirkungen entfalten, andererseits aber die finanziellen Mittel nur kurzfristig gebunden sind.

Zeitwertbilanzierung latenter Steuern

Überlegungen zur Zeitwertbilanzierung latenter Steuern in der internationalen Rechnungslegung sind Gegenstand der Arbeit von *Breitkreuz* und *Müßig*. Nach der Auffassung der Verfasser haben latente Steuerverbindlichkeiten und -forderungen nach den Regelungen des IFRS beziehungsweise IASB eine große internationale Bedeutung bei der Bilanzierung erlangt. Problematisch ist dabei, dass die latenten Steuern wegen der Nominalwertbilanzierung oft überbewertet sind, ein Diskontierungsverbot jedoch häufig durch die angebliche Komplexität der Barwertermittlung begründet wird. Dabei stehen insbesondere die Aspekte der Laufzeiten, des Zinssatzes und des auszuwählenden Barwertkalküls im Vordergrund. Diese Problembereiche werden von den Autoren analysiert, und sie machen hierzu konkrete Lösungsvorschläge. Das Diskontierungsverbot ist sicherlich insoweit unverständlich, als dadurch die bilanzmäßige Überbewertung latenter Steuern vermieden werden könnte. Dies könnte durch eine detaillierte Ausstellung des zeitlichen Verlaufs der Auflösung temporärer Differenzen von Steuerforderungen und -verbindlichkeiten erfolgen. Angesichts der Tatsache, dass bei der Bilanzierung von Forderungen eine ähnliche Vorgehensweise eingeschlagen wird, scheint das Gegenargument der Komplexität und der Abgrenzungsproblematik nicht einleuchtend. So kommen die Verfasser auch zur Begründung des von ihnen vorgetragenen Lösungsvorschlags zu dem Ergebnis, dass die erforderliche Diskontierung möglich und nicht aufwändiger ist als bei anderen Bilanzpositionen. Im Hinblick auf die Bestimmung von Laufzeiten werden bezüglich der temporären Differenzen unterschiedliche Auflösungszeiträume diskutiert und der Aspekt von aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge erörtert. Für das Barwertkalkül könnten die erweiterte Risikozuschlagsmethode, die Sicherheitsäquivalenzmethode oder die einfache Risikozuschlagsmethode infrage kommen. Zur Bestimmung des Diskontierungsfaktors kann wie üblich der Opportunitätskostengedanke bemüht werden. Aus der Sicht des Staates könnte das der Zinssatz von Obligationen sein, aus der Sicht des Unternehmens der Kapitalkostensatz. Dadurch markierte Meinungsverschiedenheiten sind wohl kaum auflösbar, wenn es nicht gelingt, postenspezifische Unsicherheiten latenter Steuern zu bestimmen. Daher schlagen die Autoren im Hinblick auf die Bestimmung der Barwerte auch eine unterschiedliche Vorgehensweise bei aktivischen oder passivischen latenten Steuern vor.

Konsensuale Effizienzerzielung mithilfe der Data Envelopment Analysis (DEA)

Die methodische Analyse von *Rödder* und *Reucher* strebt eine konsensuale Effizienzbewertung und -verbesserung mithilfe von DEA an, wobei gleichzeitig Input- und Outputvariationen in Betracht kommen können. Durch die konsensuale Effizienzbewertung

mithilfe von Kreuzeffizienzmatrizen sollen die Schwächen der Selbstbewertung von Wirtschaftseinheiten überwunden werden. Ausgangspunkt ist ein outputorientiertes Modell mit konstanten Skalenerträgen, wobei die Verbesserung der Kreuzeffizienzen bei radialer Outputerhöhung mit denen bei freier Outputerhöhung verglichen werden. Derartige Matrizen verbesserter Kreuzeffizienzen können dann für eine konsensuale Auswahl eines Peers durch die bewerteten Wirtschaftseinheiten genutzt werden. Als spezielle Typen von Peers werden der fairste Peer und der rücksichtsvollste Peer betrachtet, die entscheidungstheoretisch mit der Maximaxregel oder dem Minimum-Regret-Ansatz identifiziert werden können. Die Antwort auf die Frage des für alle bewerteten Wirtschaftseinheiten passenden Peers kann dann auf der Grundlage der maximalen Effizienzen bei freier Outputerhöhung der Wirtschaftssubjekte gefunden werden. Dabei ist zu beachten, dass die fairsten beziehungsweise rücksichtsvollsten Peers je nachdem unterschiedlich ausfallen können, ob man den input- oder outputorientierten DEA-Ansatz wählt. Nur eine gleichzeitige Betrachtung von Input- und Outputvariationen ist geeignet, die konsensuale Effizienzbewertung mit der Auswahl eines passenden Peers zu erzielen. Die methodischen Überlegungen werden von den Verfassern anhand eines Beispiels demonstriert, in dem fünf Entscheidungseinheiten mit jeweils zwei Inputs und zwei Outputs betrachtet werden.

Das Dezember-Heft

Die nächste Ausgabe wird vier Forschungsbeiträge enthalten, die aus den Bereichen Marketing, Steuern, Finanzierung und Informatik kommen.

Vieth und Eisenbeiß versuchen mithilfe einer umfassenden empirischen Untersuchung zu klären, inwieweit das Marketinginstrument der Geld-zurück-Garantie als Qualitätssignal für das angebotene Produkt gelten kann. Darüber hinaus kann diese Maßnahme aber auch bewirken, dass sie die Kaufabsichten der Konsumenten erhöht.

Den Zusammenhang zwischen Unternehmenssteuern und der Schuldenpolitik untersuchen *Buettner, Overesch, Schreiber und Wamser* für deutsche multinationale Unternehmen. Dabei geht es insbesondere um den Einfluss auf die Kapitalstruktur ausländischer Tochtergesellschaften. Die umfangreiche Studie wertet für eine Periode von zehn Jahren die Daten deutscher multinationaler Unternehmen aus, die insgesamt in über 30 Ländern tätig sind.

Das regionale Clustering im Ausschüttungsverhalten von Sparkassen ist Gegenstand des Beitrags von *Rathgeber und Wallmeier*. Demnach sind Sparkassen, die größtenteils auf Ausschüttungen verzichten, eher zu solchen Ausschüttungen bereit, wenn Nachbarinstitute dies auch tun. Das vorgenommene Clustering könnte Einblick darin geben, inwieweit das Ausschüttungsverhalten durch Informationsasymmetrien und Interessenkonflikte im Rahmen einer mehrstufigen Prinzipal-Agenten-Beziehung innerhalb von Sparkassen begründet ist.

Auf der Grundlage einer empirischen Studie für das verarbeitende Gewerbe und für ausgewählte Dienstleistungssektoren in Deutschland untersucht *Bertschek*, warum Unternehmen IT-Berater engagieren. Hierbei wird die Rolle der Wissensvermittlung gegenüber der Legitimation geplanter Maßnahmen abgegrenzt.