

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XI
Symbolverzeichnis	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	1
1.2 Gang der Untersuchung	4
2 Begriffliche und theoretische Grundlagen	6
2.1 Offenlegung von Unternehmensinformationen	6
2.1.1 Investor Relations	6
2.1.2 Ziele der Investor Relations	8
2.1.3 Adressaten der Investor Relations	10
2.1.4 Unternehmensinformationen	12
2.1.4.1 Begriff Information	12
2.1.4.2 Dimensionen der Informationsoffenlegung	15
2.1.5 Kosten und Nutzen der Offenlegung	21
2.1.5.1 Theorem der vollständigen Offenlegung	21
2.1.5.2 Kosten der Offenlegung	22
2.1.5.3 Nutzen der Offenlegung	25
2.1.6 Zwischenfazit	25
2.2 Definitorische Herleitung des Glaubwürdigkeitsbegriffs	27
2.2.1 Allgemeine Glaubwürdigkeitsdefinition	29
2.2.2 Wirtschaftswissenschaftliche Glaubwürdigkeitsdefinition	29
2.2.3 Terminologische Abgrenzung von Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Reputation	35

2.2.3.1	Vertrauen	35
2.2.3.2	Reputation	37
2.2.4	Zwischenfazit	42
2.3	Glaubwürdigkeit von Unternehmensinformationen und Agency-Theorie	44
2.3.1	Agency-Problematiken	44
2.3.2	Prinzipal-Agent-Beziehung zwischen Aktionär und Vorstand . .	46
2.3.3	Agency-Kosten	47
2.3.4	Lösungsmöglichkeiten von Agency-Problemen	49
2.3.5	Ein Modell für den Einfluss der Glaubwürdigkeit auf den Unternehmenswert	54
2.3.6	Zwischenfazit	57
3	Ableitung von Determinanten der Glaubwürdigkeit von Unternehmensinformationen	59
3.1	Unternehmenscharakteristika	60
3.1.1	Branche	60
3.1.2	Unternehmenserfolg	62
3.1.3	Unternehmensgröße	62
3.1.4	Unternehmensstrategie und -kultur	62
3.1.5	Unternehmensleitung	62
3.1.6	Unternehmensalter	63
3.1.7	Eigentümerstruktur	63
3.1.8	Unternehmenssituation	63
3.1.9	Zwischenfazit	64
3.2	Charakteristika der Offenlegung	64
3.2.1	Wahrhaftigkeit	64
3.2.2	Genauigkeit von Prognosen	65
3.2.3	Plausibilität	67

3.2.4	Ergänzende Informationen	68
3.2.5	Zeitpunkt der Offenlegung	69
3.2.6	Art und Medium der Informationsübertragung	70
3.2.7	Unterschiede bei der Übermittlung guter und schlechter Nachrichten	71
3.2.8	Zwischenfazit	72
3.3	Glaubwürdigkeit des Managements	73
3.3.1	Anreize für das Management	75
3.3.2	Gewinnprognosen des Managements	77
3.3.2.1	Prognose-Historie	79
3.3.2.2	Charakteristika von Gewinnprognosen	81
3.3.2.3	Effekte bzw. Konsequenzen von Gewinnprognosen .	83
3.3.3	Zwischenfazit	86
3.4	Kontroll- und Sicherungsmechanismen	87
3.4.1	Interne Kontroll- und Sicherungsmechanismen	88
3.4.1.1	Aufsichtsgremien: Aufsichtsrat und Prüfungsausschuss	89
3.4.1.2	Interne Revision	90
3.4.2	Externe Kontroll- und Sicherungsmechanismen	91
3.4.2.1	Gesetzliche Regulierung	91
3.4.2.2	Freiwillige Regulierung	103
3.4.3	Zwischenfazit	107
4	Untersuchungsdesign	109
4.1	Zielsetzung und Forschungsbeitrag	109
4.2	Hypothesen und verwendete Variablen	110
4.2.1	IR-Index als Proxy für Glaubwürdigkeit	110
4.2.2	Tobin's q als Proxy für den Unternehmenswert	111
4.2.3	Determinanten der Glaubwürdigkeit und weitere Variablen . . .	113

4.2.3.1	Unternehmensgröße	113
4.2.3.2	Unternehmensalter	114
4.2.3.3	Unternehmenssituation	115
4.2.3.4	Analysten-Following	117
4.2.3.5	Anteil institutioneller Anleger	117
4.2.3.6	Kapitalanteil der Mitarbeiter und des Managements .	118
4.2.3.7	Genauigkeit von Gewinnprognosen	119
4.2.3.8	Operative Profitabilität	119
4.2.4	Kontrollvariablen	120
4.2.4.1	Beta	121
4.2.4.2	Branche	121
4.3	Daten	121
4.3.1	Erhebungsverfahren und Investor-Relations-Index (IRI)	123
4.3.1.1	DVFA Fragebogen	123
4.3.1.2	Qualitätssicherung der Datenerhebung	124
4.3.1.3	Berechnung des IR-Index	126
4.3.2	Unternehmens- und Kapitalmarktdaten	127
4.4	Grenzen der Untersuchung	129
5	Empirische Analyse	133
5.1	Deskriptive Analyse	133
5.1.1	IR-Index	133
5.1.1.1	Branchenunterschiede	135
5.1.1.2	Aufteilung IR-Index nach Kategorien	136
5.1.1.3	Gewichtung der Einzelkriterien	139
5.1.2	Weitere verwendete Variablen	139
5.2	Multivariate empirische Analyse	148

5.2.1	Modell 1: Glaubwürdigkeit und ihre Determinanten	148
5.2.2	Modell 2: Unternehmenswert und die Determinanten der Glaubwürdigkeit	153
5.2.3	Modell 3: Unternehmenswert und Glaubwürdigkeit	156
5.3	Zusammenfassung der Ergebnisse	159
6	Zusammenfassung und Ausblick	162
6.1	Wesentliche Erkenntnisse der Arbeit	162
6.2	Ausblick	164
Anhang	VII
Literaturverzeichnis	IX