



Reputation wichtiger denn je für den Börsenwert

Studie: Wirecard, BMW und Beiersdorf an der Spitze

Börsen-Zeitung, 10.7.2019
cru Frankfurt – Eine Studie im Auftrag von Amo, einem internationalen Netzwerk für strategische Beratung, zeigt, wie sehr sich die positive Reputation eines Unternehmens auf dessen Bewertung auswirkt. Die Reputation eines Unternehmens sei für seine Bewertung an der Börse wichtiger als je zuvor. Unternehmen mit einer starken Reputation seien zugleich widerstandsfähiger gegen negative externe Entwicklungen.

Im betrachteten Zeitraum 2018/2019 erreichte die Unternehmensreputation der Studie zufolge einen Anteil von 35% an der durchschnittlichen Marktkapitalisierung der betrachteten Unternehmen. In absoluten Zahlen ist dies ein Wert von 16,8 Mrd. Dollar. Betrachtet wurden in dieser Analyse die 15 wichtigsten Marktindizes und die darunter gelisteten Unternehmen.

Die vier wichtigsten Einflussfaktoren sind dabei die Einschätzung der Investoren zur langfristigen Wertentwicklung des Unternehmens, das Vertrauen in die Qualität

des Managements, die finanzielle Solidität und die Fähigkeiten, Mitarbeiter erfolgreich zu managen. Ein geringeres Gewicht erreichten demgegenüber die Faktoren Corporate Governance und Corporate Social Responsibility.

Während der Beitrag der Reputation zur Unternehmensbewertung der im FTSE 100 gelisteten Unternehmen insgesamt 47% erreicht, lag der vergleichbare Wert in Russland beim RTS Index nur bei 13,8%. Im deutschen Dax betrug der Vergleichswert 40%.

In Deutschland sind die fünf Unternehmen mit dem höchsten prozentualen Beitrag der Reputation – das heißt nicht, dass sie den besten Ruf haben – zur Unternehmensbewertung Wirecard, die zuletzt Ziel diverser Angriffe war, BMW, Beiersdorf, Siemens und Daimler. Der Wertbeitrag der Reputation zur Unternehmensbewertung liege hier bei 40%. Die drei Unternehmen mit den niedrigsten Beiträgen sind der Studie zufolge Heidelberg Cement und Covestro – und erstaunlicherweise Deutsche Bank.

