

Autor: Müller, Hans Christian/ Müller, Hans C.
Seite: 014
Ressort: Wirtschaft & Politik | Wirtschaftswissenschaften
Gattung: Tageszeitung

Nummer: 241
Auflage: 121.829 (gedruckt) 116.498 (verkauft)
 121.850 (verbreitet)
Reichweite: 0,48 (in Mio.)

Digitalisierung der Betriebswirtschaft

Das Handelsblatt-Ranking kürt erneut die forschungstärksten Fachleute im deutschsprachigen Raum. Ganz weit vorn steht dieses Mal ein Internet-Experte. Wen wundert's!?

Hans Christian Müller Düsseldorf.

Meistens sind es ganz schlichte Alltagssituationen, die **Bernd Skiera** auf neue Forschungsideen bringen. Zum Beispiel wenn er sich mit Menschen aus der Praxis unterhält. So wie letztes mit dem Manager eines Internetportals für Preisvergleiche: "Der hat mir erzählt, dass er anhand der Klickzahlen oft schon nach zwei Tagen weiß, ob sich ein neues Produkt am Markt durchsetzen wird oder nicht", erzählt der 48-jährige Skiera, der an der Universität Frankfurt BWL lehrt und über E-Commerce forscht, also über das Geschäftemachen im Internet.

Aus dem harmlosen Gespräch ist für Skiera ein ganzes Forschungsprojekt geworden. Für Firmen wäre es schließlich ein riesiger Vorteil, wenn sie so früh Bescheid wüssten, was die Kunden denken. Und tatsächlich: Die Marktanteile eines Produkts lassen sich mit Hilfe solcher Internet-Klickzahlen gut abschätzen, hat Skiera inzwischen herausgefunden.

Kein anderer Betriebswirt im deutschsprachigen Raum hat in den letzten fünf Jahren so viele so prominente Studien in internationalen Fachzeitschriften veröffentlicht wie Bernd Skiera. Im neuen Handelsblatt-Ranking der aktuellen Forschungsleistung steht er damit inzwischen ganz vorn. Vor zwei Jahren hatte Skiera, der an der Frankfurter Uni ein zehnköpfiges Wissenschaftlerteam leitet, noch auf Rang vier gelegen. 2009 war es Platz 33. Wie so viele Forscher heutzutage arbeitet auch Skiera empirisch, er wertet also Millionen von Daten aus. Das ist ebenfalls eine Folge der Digitalisierung: Die Datenqualität wird immer besser, die Mengen aber dementsprechend größer.

Wer mit dem quirligen Professor spricht, der spürt einen enormen Forscherdrang. Und da trifft es sich gut, dass vieles, was das Geschäftemachen im Internet betrifft, noch längst nicht

abschließend erforscht ist.

Vieles sei eben Neuland, sagt Skiera. Zum Beispiel, wie viel die Daten, die jeder Internetkäufer über sich preisgibt, wirklich wert sind. Oder wo eine Firma Werbung schalten muss, um die passenden Kunden tatsächlich zu erreichen. "Das Internet ist für uns Betriebswirte einfach von vielen Seiten interessant", erklärt Skiera. Ökonomisch gesehen natürlich, aber auch technologisch - etwa, wenn es darum gehe, Werbeflächen auf Internetseiten mit Hilfe von Auktionen in Echtzeit zu versteigern. Und nicht zuletzt sei da noch das wichtige Thema Datenschutz.

Alle zwei Jahre lässt das Handelsblatt alle Studien erfassen, die Forscher, die aus Deutschland, Österreich und der Schweiz stammen oder dort forschen, in den Fachjournalen der BWL publiziert haben - und kürt damit die forschungstärksten Betriebswirte. Die Datenarbeit übernimmt dabei ein renommiertes Forscherteam der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich. Insgesamt werden dabei weit über 2 000 Forscher berücksichtigt. Sie kommen aus allen Teildisziplinen der BWL - vom Rechnungswesen bis zur Managementlehre. Auch viele Wirtschaftsinformatiker sind dabei. Dieses Mal sogar deutlich mehr als vor zwei Jahren.

Wer näher betrachtet, welches Forschungsthema an den BWL-Fakultäten zuletzt besonders angesagt war, der findet das Internet mit all seinen Chancen und Risiken ganz vorn. Das sieht auch Ruth Stock-Homburg so: "Die Digitalisierung zieht sich wie ein roter Faden durch die Betriebswirtschaftslehre", sagt die Dekanin des Fachbereichs Rechts- und Wirtschaftswissenschaften an der TU Darmstadt.

Das Internet stelle dabei fast alle Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre vor neue Herausforderungen, bemerkt Stock-Homburg: So beschäftigten sich

die Logistiker mit der digitalen Unterstützung von Lieferketten, die Produktionswissenschaftler mit der Digitalisierung der sogenannten Industrie 4.0, die Finanzierungsexperten mit Phänomenen wie dem Crowdfunding - und die Innovationsforscher mit den modernen Möglichkeiten, neue Produkte mit Hilfe von Netz-Communitys zu entwickeln. "Wer heute eine gute Idee für neue Produkte hat, kann diese unabhängig von Firmen zu einem Produkterfolg machen", sagt Stock-Homburg. Das funktioniert über spezielle Internetplattformen.

Und neue Trends machen neue Forschung nötig. Stock-Homburg selbst - die im Ranking der aktuellen Forschungsleistung mehr als 40 Plätze nach vorn gerutscht ist und inzwischen auf Rang 28 liegt - arbeitet zurzeit an einem Projekt, das die Frage beantworten soll, ob mobile Kommunikationstechnologien die Work-Life-Balance der Menschen eher be- oder entlasten. Erste Ergebnisse scheinen zu zeigen, dass mobile Kommunikation die Balance durchaus entspannter machen kann - vorausgesetzt es gelingt den Nutzern, eine gewisse Selbstdisziplin zu erlernen. Mit diesem interdisziplinären Projekt, für das Stock-Homburg auch eine Förderung des hessischen Wissenschaftsministeriums bekommt, beschreibe man Neuland in der Forschung, meint Stock-Homburg.

Natürlich sei dabei auch ein Ziel, die Ergebnisse in führenden Journalen zu publizieren. Doch nicht nur das sei von Bedeutung. "Wichtig ist für uns einfach, dass wir spannende Forschung machen", sagt die 42-Jährige.

Ganz ähnlich sieht es Holger Patzelt von der TU München. "Klar hat man bei einem Forschungsprojekt im Hinterkopf, ob man es wohl veröffentlichen kann", berichtet der Studiendekan der Münchener Fakultät. Trotzdem: In erster Linie

sei seine Forschung immer interessengeleitet. Wie Stock-Homburg bewegt sich auch er - der in diesem Jahr auf Platz zehn des Rankings steht - auf der Grenzlinie zwischen Ökonomie und Psychologie.

Als Professor für Unternehmertum befasst er sich mit der Kunst des Scheiterns. "Es gibt diese Binsenweisheit, dass einen das Scheitern nur stärker machen kann, weil man aus Fehlern lernt", sagt der 40-Jährige. Doch so einfach ist es nicht, hat Patzelt mit Hilfe von Hunderten von Befragungen herausgefunden. Denn Scheitern müsse man mühsam lernen. "Wer mit seinem Projekt gescheitert ist, braucht Zeit, um das Ganze aktiv zu verarbeiten", sagt Patzelt. Leider würden viele Firmen ihren Mitarbeitern diese Zeit nicht einräumen. Wenn ein Projekt schiefgelaufen sei, würden sie sie oft sofort ins nächste schicken.

An welchen Problemen Firmengründer typischerweise scheitern - darüber forscht Malte Brettel von der RWTH Aachen. Der Professor für Entrepreneurship leitet gleichzeitig das Gründerzentrum seiner Hochschule, an der vor allem Ingenieure studieren. Dort berät er Absolventen, die versuchen wollen, sich mit einer Idee selbstständig zu machen. Ein häufiges Problem, vor dem Unternehmensgründer stünden, sei die Frage, welchen Preis man verlangen soll für die eigene Leistung, sagt Brettel - der inzwischen auf den sechsten Platz des BWL-Rankings geklettert ist. "Viele orientieren sich zu sehr an den eigenen Kosten, wenn sie den Preis festlegen", resümiert der 47-Jährige. Dabei müsse die entscheidende Frage ja sein, welchen Nutzen der Kunde dadurch habe. "Viele Gründer sind viel zu bescheiden", findet Brettel. Fast alle Publikationen, die Skiera, Brettel und andere forschungsstarke Betriebswirte veröffentlichen, sind heutzutage Gemeinschaftsproduktionen. Im stillen Kämmerlein vor sich hinzuforschen ist selten geworden, seitdem sich die BWL in den letzten zwei Jahrzehnten internationalisiert hat. Meistens suchen sich die Forscher Koautoren, oft sind das eigene Doktoranden oder auch Master-Studenten, oft aber auch Forscher von anderen Unis. "Wenn man interdisziplinär arbeiten kann, ist man besonders kreativ und kann sich fachlich hervorragend ergänzen", sagt Ruth Stock-Homburg von der TU Darmstadt.

Ohnehin konzentriert sich kaum ein Forscher auf ein einziges Thema. Die mei-

sten sind breiter aufgestellt und veröffentlichten Studien zu Fragen aus ganz verschiedenen Bereichen. Auch dabei hilft die Kultur der Teamarbeit, die es an den Fakultäten inzwischen gibt.

Ranking-Sieger Bernd Skiera zum Beispiel beschäftigt sich nicht nur mit dem E-Business, sondern auch mit dem Thema Bilanzierung. So arbeitet er etwa an einem Weg, wie der Wert der Kundenkartei bei der Beurteilung einer Firma mit einfließen kann - in der Hoffnung, dass sich ein solcher Wert vielleicht einmal als zentrale Kennzahl etabliert.

"Egal, um was für ein Unternehmen es sich handelt, am Ende dreht sich doch alles um den Kunden", sagt Ranking-Sieger Skiera. Doch die Frage, wie viele treue Stammkunden ein Konzern hat und wie leicht es ihm fällt, an neue zu kommen, werde oft ignoriert. Dabei sei sie doch absolut entscheidend.

KRITIKER

Forschen ist nur ein Teil des Jobs

Der Einfluss des Handelsblatt-Rankings ist groß. Einigen ist er zu groß.

Es sind vielfältige Aufgaben, die Uni-Professoren zu erfüllen haben: Sie müssen Vorlesungen halten, Arbeiten betreuen, forschen, Verwaltungsaufgaben erledigen - und Kontakt halten zu Unternehmen und Medien. Das Handelsblatt-Ranking bezieht sich seit jeher ganz bewusst nur auf eine dieser Disziplinen - das Forschen. Insofern kann das Handelsblatt mit seinem Ranking zwar die "forschungsstärksten" Wissenschaftler küren, aber bestimmt nicht die "besten". Denn dafür müsste es auch die anderen Bestandteile des Professoren-Jobs bewerten.

Dennoch gibt es unter den mehr als 2 600 forschenden Betriebswirten eine Gruppe von rund 270, die diese Herangehensweise kritisch sehen und deshalb auf die Teilnahme am Ranking verzichten. Der frühere Dekan der Bamberger Fakultät für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Johann Engelhard, etwa kritisiert: "Durch das Ranking wird indirekt eine Beurteilungspraxis befördert, die längst eine Eigendynamik im Sinne der Verkürzung wissenschaftlicher Leistungen auf eine Dimension gewonnen hat." Er habe oft erlebt, dass die Platzierung der Bewerber im Ranking das allein entscheidende Merkmal war, wenn ein Lehrstuhl neu besetzt werden musste.

Andere Kritiker monieren eher die Praxis der internationalen Fachjournale, die das Handelsblatt für das Ranking aus-

werten lässt: Viele Kollegen würden die Forschungsfragen, die sie bearbeiteten, nicht danach auswählen, ob sie sinnvoll und interessant seien, kritisiert der Wiener Innovationsforscher Nikolaus Franke - sondern nur noch danach, ob man mit einer Studie dazu gute Chancen bei einem renommierten Journal habe. "Viele optimieren ihr Forschungsverhalten entsprechend", sagt Franke.

Ähnlich sieht es der Leipziger Wirtschaftsethiker Andreas Suchanek: Er attestiert den Fachjournalen eine Tendenz dazu, Forschungsarbeiten über empirisch messbare Themen zu bevorzugen. Konzeptionelle Überlegungen zur Frage, welche Verantwortung ein Unternehmen habe, ließen sich dagegen "nur sehr begrenzt im klassischen Journalformat veröffentlichen", sagt Suchanek. Tatsächlich gibt es in der ganzen Ökonomie inzwischen eine Vorliebe für Studien, die Daten auswerten - und Fragestellungen nicht nur verbal oder mit Hilfe von Modellrechnungen zu beantworten versuchen.

Für das Handelsblatt ist die Kritik am großen Stellenwert des Rankings eine zweischneidige Situation: Einerseits ist es erfreulich, wenn eine Publikation auf so viel Resonanz trifft. Doch andererseits kann es sicher nicht richtig sein, wenn Lehrstuhlbewerber allein aufgrund ihrer Forschungsleistung bewertet werden. Das war aber auch nie die Intention des Rankings. Hans C. Müller.

ZITATE FAKTEN MEINUNGEN

2 346 Betriebswirte sind im Handelsblatt-Ranking aufgelistet. Insgesamt fließen 22 841 Artikel aus über 1 000 Journalen ein.

BWL-RANKING DIE METHODIK.

Publikationslisten Für jeden Artikel, den ein BWLer, der aus dem deutschsprachigen Raum stammt oder dort forscht, in einem prominenten Fachjournal veröffentlicht hat, bekommt er Punkte. Die Zahl richtet sich dabei einerseits nach dem Renommee der Zeitschrift: Für eine Publikation in einem der Topjournale gibt es einen ganzen Punkt, für andere gibt es zwischen 0,1 und 0,7 Punkte. Zum anderen ist die Zahl der Koautoren ausschlaggebend: Arbeitet ein Forscher als Einziger an einem Projekt, bekommt er die Punkte allein - ansonsten wird die Zahl aufgeteilt. Die Handelsblatt-Liste der Zeitschriften, die die Wertigkeit der Journale festlegt, entsteht durch die Zusammenfassung von vier anderen Listen, die international in der Forschung benutzt werden. Im Ranking der aktuellen Forschungsleistung zählen

jeweils die Publikationen aus den letzten fünf Jahren, in das Ranking des Lebenswerks fließen alle Publikationen ein. Genauigkeit Das Ranking entsteht durch minutiöse Kleinarbeit: Ein Forscherteam der ETH Zürich sichtet dafür mehr als 1 000 internationale und deutschsprachige Journale. Die Forscher haben danach noch die Möglichkeit, ihre Daten zu validieren und fehlende Artikel nachzutragen.

Aktuelle Forschungsleistung

TOP 20 der forschungsstärksten deutschsprachigen Betriebswirte

www.handelsblatt.com/bwl-ranking				
Rang 2014	Rang 2012	Professor Hochschule	Alter	Punktwert
1	4 ↗	Bernd Skiera Uni Frankfurt/ Main	48	9,19
2	2 →	Nils Boysen Uni Jena	41	8,80
3	15 ↗	Christoph Glock TU Darmstadt	33	8,01
4	5 ↗	Marcus Wagner Uni Augsburg	40	7,93
5	3 ↘	Christian Homburg Uni Mannheim	52	7,65
6	8 ↗	Malte Brettel RWTH Aachen	47	6,93
7	9 ↗	Martin Eling Uni St. Gallen	36	6,91
8	46 ↗	Alexander Benlian TU Darmstadt	38	6,51
9	20 ↗	Erwin Pesch Uni Siegen	55	6,29
10	7 ↘	Holger Patzelt TU München	40	6,27
11	16 ↗	Stefan Minner TU München	45	6,26
12	6 ↘	Afschin Gandjour FS* Frankfurt	46	6,09
13	31 ↗	Jan Marco Leimeister Uni St. Gallen	40	6,00
14	25 ↗	Martin Eisend Uni Frankfurt/ Oder	45	5,91
15	29 ↗	Gianfranco Walsh Uni Jena	43	5,75
16	41 ↗	Andreas Engelen TU Dortmund	34	5,32
17	45 ↗	Joern Block Uni Trier	35	5,21
18	50 ↗	Sascha Kraus Uni Liechtenstein	40	5,10
19	24 ↗	Martin Bichler TU München	43	5,10
20	82 ↗	Lutz Kaufmann WHU Koblenz/Vallendar	49	5,06

Handelsblatt | *Frankfurt School of Finance and Management

Quelle: KOF

Handelsblatt Nr. 241 vom 15.12.2014

© Handelsblatt GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Zum Erwerb weitergehender Rechte wenden Sie sich bitte an nutzungsrechte@vhb.de.

Abbildung: Die vollständigen Tabellen (darunter auch die in den Kategorien "Lebenswerk" und "Forscher unter 40" finden Sie auf der Handelsblatt-Webseite: www.handelsblatt.com/bwl-ranking Das Ranking der forschungsstärksten BWL-Fakultäten erscheint am 22. Dezember an dieser Stelle und im Internet.

Abbildung: Bernd Skiera: Der Frankfurter hat den ersten deutschen Lehrstuhl für E-Commerce inne.

Abbildung: Ruth Stock-Homburg: Sie erforscht, wie die digitale Kommunikation unser Leben beeinflusst.

Abbildung: Malte Brettel: Der Aachener Professor berät Studenten, die ein Unternehmen gründen wollen.

Abbildung: Uni-Bibliothek Berlin: Publikationen wurden akribisch analysiert.

Abbildung: action press Holger Patzelt: Scheitern muss gelernt sein. Das ist eine der Haupteckensteine des Experten für Unternehmertum.

Abbildung: PR (4)

Wörter: 1872

Urheberinformation: Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH 2014: Alle Rechte vorbehalten. Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist untersagt. All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.