

# Editorial

In der Debatte um die Stärkung der Aktionärsrechte argumentieren die Verfechter des Shareholder Primacy, dass Aktionäre stärker in die Machtstruktur der Gesellschaft eingebunden werden müssten. So sollten sie die Möglichkeit erhalten, Boardmitglieder zu ernennen und abzuberufen, einen direkten Einfluss auf bestimmte Bereiche der Geschäftspolitik auszuüben und auch bei der Entschädigungspolitik mitreden zu dürfen. Begründet wird dies mit der Rolle des „Residual Claimant“, die ausschliesslich der Aktionärsgruppe zugeschrieben wird. Alle anderen Stakeholder werden hingegen zu Haltern vertraglich fixierter Ansprüche erklärt. Diese Argumentation wird von *Egon Franck* sowohl aus theoretischer als auch aus praktischer Sicht kritisch hinterfragt. In seinem Beitrag „Ist es an der Zeit, die Aktionärsrechte zu stärken?“ führt der Autor aus, wieso Aktionäre keine Eigentümer der Aktiengesellschaft sind. Des Weiteren wird argumentiert, dass die Gruppe der Aktionäre nur eine Stakeholdergruppe unter mehreren ist, die aufgrund geleisteter spezifischer Investitionen an dem „übrig gebliebenen“ Risiko eines Unternehmens beteiligt ist. Aufgrund dieser Überlegungen ist der Verwaltungsrat als die Letztentscheidungsinstanz der Aktiengesellschaft anzusehen. Er hat die treuhänderische Freiheit, Interessen der Aktionäre zu Gunsten anderer Stakeholdergruppen hinten anzustellen, sofern dies dem Wohle des Unternehmens dient. Nach Meinung des Autors gibt es gute Gründe, daran festzuhalten und die Board Primacy nicht zu gefährden.

Integrierte Kommunikation wird in Folge der Sättigung der Märkte und Vervielfältigung der Marken in den unterschiedlichen Produktbereichen als ein geeignetes Konzept angesehen, um aus den verschiedenen Quellen der internen und externen Unternehmenskommunikation eine Einheit herzustellen und somit die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen zu stärken. Kommunikationsagenturen fungieren bei der Planung und Umsetzung der Integrierten Kommunikation als externe Dienstleistungsanbieter. Allerdings bringt ein Auftrag zur Konzeption und Durchführung der Integrierten Kommunikation nicht immer die gewünschten Ergebnisse. Dies liegt zum Teil darin begründet, dass die Kommunikationsagenturen die Anforderungen, die Unternehmen bei der Vergabe des Auftrags (implizit) an sie stellen, nicht kennen. *Manfred Bruhn und Verena Batt* identifizieren in ihrem Artikel Anforderungen, die aus Sicht der Unternehmen einen Beitrag zur Umsetzung der Integrierten Kommunikation leisten. Im zweiten Schritt der Studie überprüfen die Autoren die Relevanz der identifizierten Anforderungen. *Manfred Bruhn und Verena Batt* zeigen, dass die Erfüllung der inhaltlichen Anforderungen, wie beispielsweise das Vorhandensein von Spezialistenwissen, das Angebot von Full-Service-Leistungen sowie ein gleiches Verständnis von Integrierter Kommunikation stark zur erfolgreichen Umsetzung der Integrierten Kommunikation beitragen. Die Erfüllung von „soft facts“ (wie organisatorischen Fähigkeiten) spielt hingegen eine nachrangige Rolle.

Sowohl in der Schweiz als auch in Deutschland ist in den letzten Jahren ein grosser Anstieg der Unternehmensgründungen durch Frauen zu beobachten. Allerdings sind die von Frauen gegründeten Unternehmen in den Bereichen Spitzentechnologie und Hochwertige Technik stark unterrepräsentiert. In Anbetracht dessen, dass sich Unternehmensgründungen von Frauen und Männern signifikant unterscheiden können, stellt sich die Frage, welche Cha-

rakteristika die von Frauen gegründeten Unternehmen im Technologiebereich aufweisen. *Kirsti Dautzenberg und Gordon Müller-Seitz* zeigen im Rahmen einer empirischen Studie, die rund 2.300 technologieorientierte Unternehmensgründungen in Deutschland umfasst, dass die durch bzw. mit Frauen gegründeten Unternehmen im Durchschnitt weniger Arbeiter beschäftigen, geringere Umsätze erzielen und auch langsamer wachsen. Die Annahme, dass die von Frauen gegründeten Unternehmen ein geringeres Erfolgspotenzial aufweisen, konnte hingegen nicht bestätigt werden.

Die wachsende Bedeutung von Outsourcing-Aktivitäten und einer oft komplexen sowie heterogenen Fremdfertigung macht die nachhaltige Ausrichtung eines Unternehmens zu einem wichtigen Thema auch auf der Supply Chain-Ebene. Das damit verbundene Zusammenwachsen von Nachhaltigkeitsmanagement und Supply Chain Management (SCM) wurde jedoch bislang kaum in der Forschung berücksichtigt. Auch stellt sich das Forschungsumfeld stark fragmentiert dar, da sich sehr unterschiedliche Forschungsrichtungen mit Sustainability SCM beschäftigen. Vor diesem Hintergrund widmet sich der Review-Beitrag von *Nicole Kudla und Wolfgang Stölzle* der Literaturanalyse zum nachhaltigen Supply Chain Management. Ziel ist, das Forschungsumfeld zu strukturieren sowie Empfehlungen für die zukünftige Forschungsarbeit abzugeben. Die Autoren analysieren über 200 Artikel aus 60 international relevanten Zeitschriften für die Jahre 1987-2010. Ihre Studie zeigt, dass im Bereich des Sustainability SCM umfassende theoretische und konzeptionelle Verfahren noch entwickelt werden müssen.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen im Namen der Herausgeber

*Ihr Dieter Pfaff*