

Joachim Lammert

Kommunikationsformen freiwilliger unternehmens- eigener Transparenz und fundamentale Kapitalmarkteffekte

Voluntary Disclosure, Accounting Quality
und Personal Communication

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Christoph Watrin



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsübersicht	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Symbolverzeichnis	XXIX
1. Einleitung	1
1.1. Einführung in die Thematik.....	1
1.2. Problemstellung und Zielsetzung der Untersuchung.....	7
1.3. Aufbau und Struktur der Untersuchung.....	13
2. Theoretisches und empirisches Fundament sowie Ableitung von Hypothesen	17
2.1. Theoretischer Bezugsrahmen.....	17
2.1.1. Modelltheoretische Ansätze	18
2.1.1.1. Liquiditätsorientierter Ansatz.....	18
2.1.1.2. Schätzungsrisikenorientierter Ansatz.....	23
2.1.1.3. Verbreitungsorientierter Ansatz.....	26
2.1.1.4. Würdigung und Zwischenfazit.....	27
2.1.2. Agencytheoretischer Ansatz.....	28
2.1.2.1. Wirkungsweisen von Agency-Problemen.....	28
2.1.2.1.1. Grundsätzliche Wirkungsweisen.....	28
2.1.2.1.2. Kapitalmarktbezogene Wirkungsweisen.....	29
2.1.2.2. Lösungsmöglichkeiten für Agency-Probleme.....	30
2.1.2.2.1. Lösungsmöglichkeiten ohne Berücksichtigung von freiwilliger unternehmenseigener Transparenz.....	30
2.1.2.2.2. Lösungsmöglichkeiten unter Berücksichtigung von freiwilliger unternehmenseigener Transparenz.....	33
2.1.2.2.2.1. Reputation und Vertrauen.....	33
2.1.2.2.2.2. Signalling.....	36
2.1.2.3. Würdigung und Zwischenfazit.....	37

2.2.	Bisherige empirische Erkenntnisse.....	40
2.2.1.	Empirische Erkenntnisse zu einzelnen Kommunikationsformen.....	41
2.2.1.1.	Wirkungen des Voluntary Disclosure	41
2.2.1.2.	Wirkungen der Accounting Quality	43
2.2.1.3.	Wirkungen der Personal Communication	44
2.2.2.	Empirische Erkenntnisse zu den gesamten Investor Relations	45
2.2.3.	Empirische Erkenntnisse zu dem Zusammenwirken mehrerer Kommunikationsformen.....	46
2.2.3.1.	Notwendigkeit der Betrachtung mehrerer Kommunikationsformen.....	46
2.2.3.2.	Bisherige Arbeiten mit Betrachtung mehrerer Kommunikationsformen.....	48
2.2.4.	Empirische Erkenntnisse zum deutschen Kapitalmarkt	49
2.2.5.	Würdigung und Zwischenfazit	50
2.3.	Ableitung von Hypothesen	52
2.3.1.	Hypothesen zu den grundsätzlichen Wirkungsweisen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz.....	52
2.3.1.1.	Hypothesen zu dem einfachen Einfluss der Kommunikationsformen.....	52
2.3.1.2.	Hypothesen zu dem unterschiedlichen Einfluss der Kommunikationsformen.....	54
2.3.1.3.	Hypothesen zu dem Zusammenwirken der Kommunikationsformen.....	57
2.3.2.	Hypothesen zu den besonderen Wirkungsweisen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz aufgrund von Eigenschaften der Geschäftstätigkeit	59
2.3.2.1.	Hypothesen zu besonderen Vorteilen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz	59
2.3.2.2.	Hypothesen zu besonderen Nachteilen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz.....	63
3.	Untersuchungsdesign und Datenerhebung.....	69
3.1.	Regressionsmodell.....	69
3.2.	Operationalisierung der abhängigen Variablen	73
3.2.1.	Modellierungen bisheriger Untersuchungen	73
3.2.2.	Modellierung der vorliegenden Untersuchung.....	77

3.3.	Operationalisierung der unabhängigen Variablen	83
3.3.1.	Operationalisierung des Voluntary Disclosure	84
3.3.1.1.	Geeignete Indikatoren zur Operationalisierung des Voluntary Disclosure.....	84
3.3.1.1.1.	Überblick	84
3.3.1.1.2.	Rating durch Befragung der Rechnungslegungsadressaten	86
3.3.1.1.3.	Rating anhand eines eigens konstruierten Katalogs von Berichtselementen	87
3.3.1.1.4.	Rating anhand der Genauigkeit der Prognosen des Managements	90
3.3.1.1.5.	Hier verwendeter Indikator zur Operationalisierung des Voluntary Disclosure.....	92
3.3.1.2.	Datenauswertung durch Indexbildung	94
3.3.1.2.1.	Relevante Berichtselemente	94
3.3.1.2.1.1.	Ableitung bewertungsrelevanter Berichtselemente	94
3.3.1.2.1.2.	Prüfung einer ausreichenden Varianz.....	98
3.3.1.2.2.	Aggregation der Berichtselemente	103
3.3.1.2.2.1.	Konstruktion des verwendeten Index	103
3.3.1.2.2.2.	Konkretisierung des verwendeten Index	105
3.3.1.3.	Datenerhebung durch Inhaltsanalyse	107
3.3.1.3.1.	Inhaltsanalytisch betrachtete Kommunikationsinstrumente.....	108
3.3.1.3.2.	Datenerhebungstechnik	110
3.3.1.3.2.1.	Verwendung eines Kategorienschemas	110
3.3.1.3.2.2.	Zweifache unabhängige Datenerhebung	115
3.3.1.4.	Befragung zur Gewichtung einzelner Berichtselemente	116
3.3.1.4.1.	Funktion der Befragung und Adressaten.....	116
3.3.1.4.2.	Rücklauf der Befragung	119
3.3.1.4.3.	Gegenstand und Ergebnisse der Befragung.....	120
3.3.1.5.	Hier verwendete Operationalisierung des Voluntary Disclosure.....	136
3.3.2.	Operationalisierung der Accounting Quality	137
3.3.2.1.	Modellgestützte Fokussierung der Periodenabgrenzungen als etablierter Indikator.....	138
3.3.2.1.1.	Grundsätzliche Funktionsweise verwendeter Modelle.....	139
3.3.2.1.2.	Modifiziertes Modell von Jones	141
3.3.2.1.3.	Modifiziertes Modell von Dechow/Dichev	144

3.3.2.2.	Aggregation beider Modelle und Zuverlässigkeit des hier verwendeten Indikators zur Operationalisierung der Accounting Quality	146
3.3.3.	Operationalisierung der Personal Communication.....	148
3.3.3.1.	Geeignete Indikatoren zur Operationalisierung der Personal Communication	148
3.3.3.2.	Gegenstand einer quantitativen Erfassung	150
3.3.3.3.	Datenerhebung durch Befragung	153
3.3.3.4.	Hier verwendeter Indikator zur Operationalisierung der Personal Communication	155
3.4.	Ableitung und Operationalisierung der Kontroll-Variablen.....	158
3.5.	Zeitliche Abfolge der Messung relevanter Variablen.....	166
3.6.	Grundgesamtheit und Stichprobe der Untersuchung.....	171
3.6.1.	Festlegung der Grundgesamtheit.....	171
3.6.2.	Festlegung der Stichprobe	172
4.	Empirische Ergebnisse	177
4.1.	Deskriptive Analyse.....	177
4.2.	Bivariate Korrelationsanalysen.....	179
4.3.	Multiple Regressionsanalysen	183
4.3.1.	Regressionsergebnisse zu den grundsätzlichen Wirkungsweisen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz.....	183
4.3.1.1.	Regressionsergebnisse zu dem einfachen Einfluss der Kommunikationsformen.....	183
4.3.1.2.	Regressionsergebnisse zu dem unterschiedlichen Einfluss der Kommunikationsformen	190
4.3.1.3.	Regressionsergebnisse zu dem Zusammenwirken der Kommunikationsformen.....	192
4.3.1.3.1.	Regressionsergebnisse zu der Gruppierung auf Basis der Accounting Quality	192
4.3.1.3.2.	Regressionsergebnisse zu der Gruppierung auf Basis des Voluntary Disclosure	197
4.3.1.3.3.	Regressionsergebnisse zu der Gruppierung auf Basis der Personal Communication	201

4.3.2.	Regressionsergebnisse zu den besonderen Wirkungsweisen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz aufgrund von Eigenschaften der Geschäftstätigkeit	205
4.3.2.1.	Regressionsergebnisse zu besonderen Vorteilen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz	206
4.3.2.2.	Regressionsergebnisse zu besonderen Nachteilen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz	211
4.3.2.3.	Zwischenfazit zu den besonderen Wirkungsweisen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz	215
4.4.	Robustheitstests	220
4.4.1.	Robustheit der Regressionsergebnisse hinsichtlich der Operationalisierung der abhängigen Variablen	220
4.4.2.	Robustheit der Regressionsergebnisse hinsichtlich der Operationalisierung des Voluntary Disclosure	223
4.4.3.	Robustheit der Regressionsergebnisse hinsichtlich der Operationalisierung der Accounting Quality	230
4.5.	Zusatzbetrachtungen	235
4.5.1.	Prüfung der Beeinflussung der Regressionsergebnisse durch Endogenität der unabhängigen Variablen	235
4.5.2.	Prüfung der Notwendigkeit der simultanen Betrachtung der unterschiedlichen Kommunikationsformen	241
5.	Zusammenfassung, Fazit und Ausblick	247
5.1.	Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse	247
5.1.1.	Erkenntnisse aus den vorangehenden theoretischen und empirischen Betrachtungen	247
5.1.2.	Erkenntnisse aus den Betrachtungen zum Untersuchungsdesign und aus der Durchführung der Datenerhebung	253
5.1.3.	Erkenntnisse aus der Untersuchung der grundsätzlichen Wirkungsweisen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz	259
5.1.4.	Erkenntnisse aus der Untersuchung der besonderen Wirkungsweisen freiwilliger unternehmenseigener Transparenz aufgrund von Eigenschaften der Geschäftstätigkeit	262
5.1.5.	Erkenntnisse aus den Untersuchungen zu der Robustheit der Regressionsergebnisse und aus den zusätzlich vorgenommenen Betrachtungen	264

5.2. Fazit und Ausblick.....	268
Anhang.....	277
Literaturverzeichnis.....	297