

„The New Normal“

Ergebnisse der 13. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung

von Professor Dr. Cornelia Zanger



Abbildung 1: Professor Dr. Cornelia Zanger eröffnet die 13. Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung (Quelle: Achim Kießig / TUCed)

Wie geht es nach der Corona-Pandemie weiter in der Event- und Messebranche war die Frage, die sich die Wissenschaftler gestellt und ihre Forschungsergebnisse auf der 13. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung der TU Chemnitz mit dem Schwerpunktthema „Events und `The New Normal`“ am 29. Oktober 2021 vorgestellt haben. Ergänzt wurde die wissenschaftliche Diskussion durch die Zukunftsvision renommierter Praktiker.

Die 2009 von Professor Dr. Cornelia Zanger, der damaligen Inhaberin des Lehrstuhls für Marketing und Handelsbetriebslehre an der TU Chemnitz, initiierte Veranstaltung ist seit nunmehr zwölf Jahren zur Plattform für den Dialog von Event- und Messenforschern sowie Praktikern geworden und ist ein „must“ in den Terminkalendern der Zielgruppe. Einmal mehr erwies sich die Konferenz auch in diesem Jahr als die Plattform des Austausches von

Wissenschaft und Eventpraxis und machte Mut für den Re-Start nach Corona. Im Folgenden soll über einige Highlights der Konferenz berichtet werden.

Die Event- und Messebranche musste sich vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie in vielen Bereichen völlig neu erfinden. Das hat auch zahlreiche wissenschaftliche Fragestellungen bspw. im Kontext von digitalen und hybriden Veran-

In dieser Ausgabe

Verleihung des CWG-Preises 2021 von S. Ludwicky-Ziegler.....	5
Combining Frugal Innovation, Inclusive Business, and Scrum for Addressing Low-income Contexts with Sustainability Considerations von A. Lange	6
Die Auswirkung der Datenschutz-Grundverordnung auf die Digitalisierung der Energiewende von C. Licht	8
Wertmäßige Erfassung nichtfinanzieller Werte zur Steigerung der Transparenz in Bewertungsprozessen und der externen Berichterstattung von W. Gawenko	10
Zitate und Veranstaltungshinweise ...	12



Abbildung 2: Die Teilnehmer der Podiumsdiskussion (Quelle: Achim Kießig / TUCed)

staltungen neu auf die Agenda gesetzt. Die Vorstellung der ersten Forschungsergebnisse auf der 13. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung der TU Chemnitz wurde deshalb in der wissenschaftlichen Community mit Spannung erwartet.

Die Konferenz musste auch in diesem Jahr digital stattfinden und konnte mit 290 Teilnehmern noch einmal kräftig an Reichweite im DACH-Raum Deutschland, Österreich und der Schweiz zulegen. Dank der technisch perfekten Umsetzung durch die Aventem GmbH Audiovisuelle Dienstleistungen aus Hilden gelang es, das Konferenzkonzept mit 16 zugeschalteten Vorträgen und einer aus dem Studio gestreamten Live-Podiumsdiskussion so spannend zu gestalten, dass das Interesse der Teilnehmer bis zum Ende groß war und es durch begleitende Sozial Media Aktivitäten gelang, auch während der Konferenz noch zahlreiche neue Teilnehmer zu interessieren (vgl. Abbildung 1 und Abbildung 2).

Die wissenschaftliche Leiterin der Konferenz, Professor Dr. Cornelia Zanger, stellte in der einleitenden Keynote die Ergebnisse der Studie „ZÄHL DAZU“ – Veranstaltungskarte Deutschland vor, der umfassendsten Studie zur Veranstaltungswirtschaft, die es für Deutschland je gab.

Die Notwendigkeit zur Studie „ZÄHL DAZU“ – Veranstaltungskarte

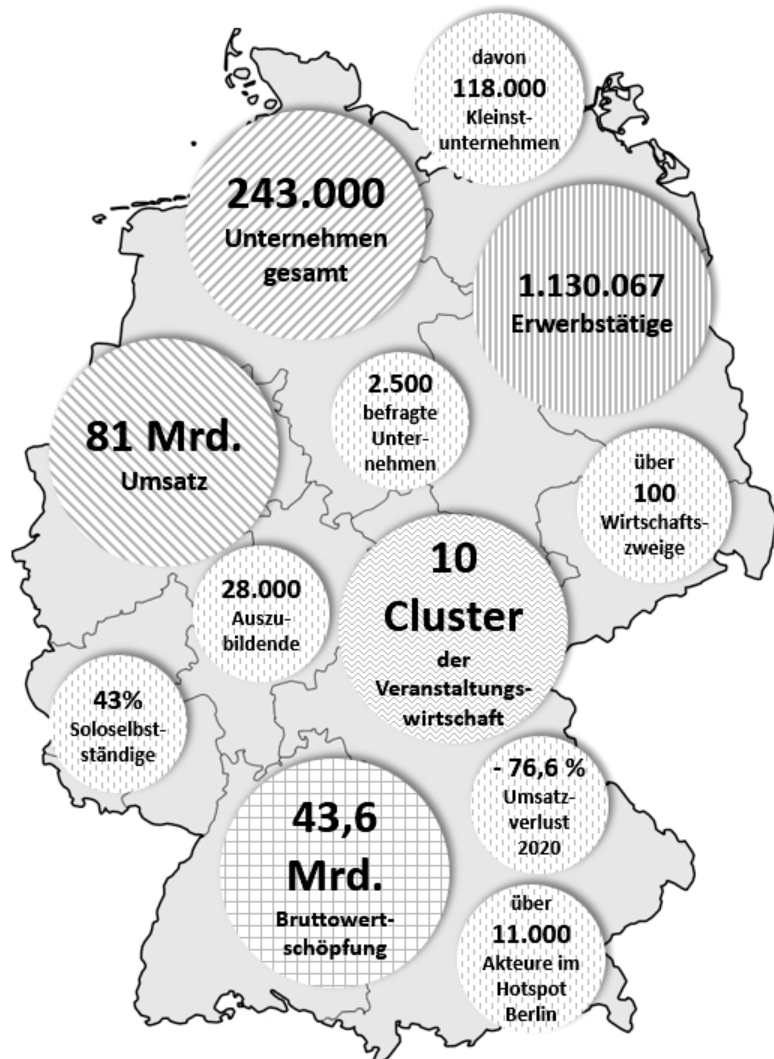
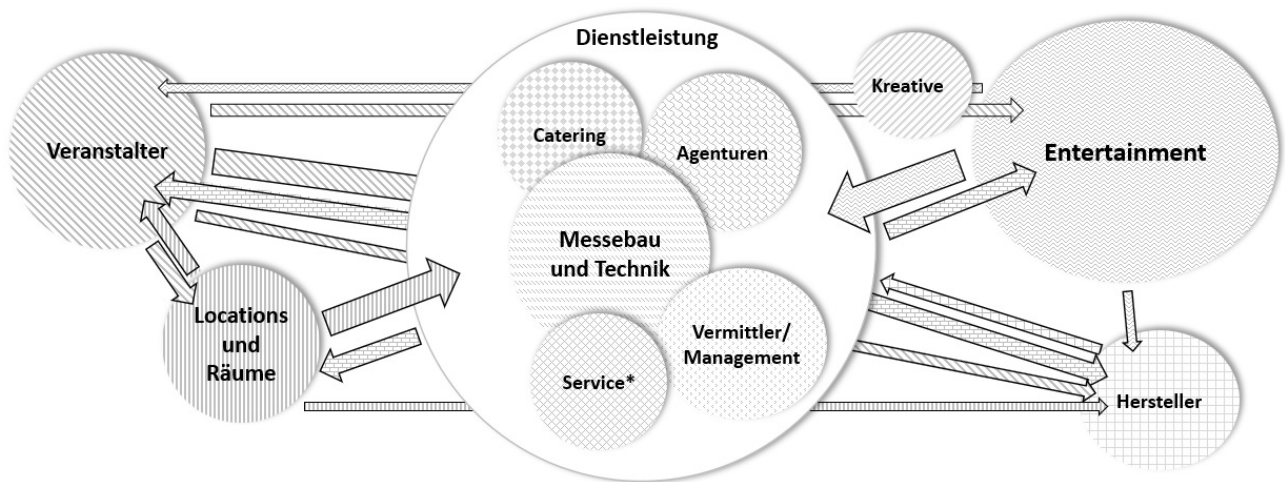


Abbildung 3: Veranstaltungswirtschaft Deutschland (Quelle: „ZÄHL DAZU“ – Veranstaltungskarte Deutschland IGVV / R.I.F.E.L. 2021)

Akteure in der Veranstaltungswirtschaft – 10 Cluster der Veranstaltungswirtschaft



Die Größe der Cluster orientiert sich an ihrem Anteil an der Grundgesamtheit der Unternehmen (>17.500 Euro Umsatz/Jahr) der Veranstaltungswirtschaft. Dienstleister haben beispielsweise einen Anteil von 60 Prozent an der Gesamtzahl der Unternehmen.

*) Service umfasst die Bereiche Sicherheit, Personal, Ticket, Logistik

Abbildung 4: Die 10 Cluster der Veranstaltungswirtschaft (Quelle: „ZÄHL DAZU“ – Veranstaltungslandkarte Deutschland IGWW / R.I.F.E.L. 2021)

Deutschland ergab sich daraus, dass eine Vielzahl von Unternehmen der Veranstaltungswirtschaft in Deutschland durch die Corona-Pandemie mit der Absage bzw. Verschiebung von unzähligen Messen, Events, Sport- und Kulturveranstaltungen bis hin zu Stadtfesten und Weihnachtsmärkten in ihrer Existenz bedroht sind. Trotz Protestaktionen wie denen der #alarmstufert und umfangreicher Bemühungen der Branchenverbände ist es noch nicht vollumfänglich gelungen, der Veranstaltungsbranche in Politik und Gesellschaft die nötige Stimme zu verleihen. Eine Ursache ist darin zu sehen, dass es schwierig ist, die Branchenleistung insgesamt zu beziffern und damit deren Bedeutung für die deutsche Wirtschaft klar herauszustellen. Welche Unternehmen und Soloselbstständige gehören dazu und welche nicht – ist eine seit Jahren ungeklärte Frage, die mit der „ZÄHL DAZU“-Studie endlich beantwortet wurde.

Im April 2021 startete die Studie „ZÄHL DAZU“ mit dem Ziel, die Branchenleistung systematisch zu erfassen. Initiator war die Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft e.V. mit ihren 17 Mitgliedsverbänden. Mit der wissenschaftlichen Durchführung wurde das R.I.F.E.L. (Research Institut for Exhibition and Live Com-

munication) beauftragt. Professor Dr. Cornelia Zanger von der TU Chemnitz leitete die Studie.

Methodisch liegt der Studie ein dreistufiges Untersuchungsdesign zugrunde, das Unternehmensdaten, Umsatzstatistiken und empirische Primärerhebungen in Form von Online-Befragungen zu repräsentativen Aussagen verbindet.

Die Veranstaltungswirtschaft in Deutschland stellt sich demnach als eine sehr vielfältige Branche mit einem großen Wertschöpfungspotential dar. In dem Berichtsjahr 2019, das als „normales“ Jahr vor der Corona-Krise gewählt wurde, konnten insgesamt 243.000 Unternehmen gezählt werden, die die Branche umfasst, die einen Umsatz von rd. 81 Milliarden Euro erwirtschaften und in denen 1.130 Millionen Erwerbstätige beschäftigt sind. Einige Key Findings der Studie finden sich in Abbildung 3.

Die Veranstaltungswirtschaft als Branche umfasst alle Leistungsbereiche, die an der Planung, Organisation, Realisierung und Nachbereitung von Veranstaltungen als Selbstständige, Freiberufler oder Beschäftigte beteiligt sind. Als Veranstaltungen werden dabei sowohl

wirtschaftsorientierte Veranstaltungen wie Messen, Ausstellungen, Kongresse, Konferenzen, Meetings oder Marken(erlebnis)-Events, Produktpräsentationen bzw. Mitarbeiter- und Kunden-Events als auch freizeitorientierte Veranstaltungen wie Konzerte, Festivals, Musikclubs, Theater, Opern, Lesungen, Comedy, Sportveranstaltungen, Feste, Veranstaltungen politischer Akteure sowie Märkte und Schausteller verstanden.

Die Studie konzentriert sich auf diese identifizierten Kernbereiche der Branche Veranstaltungswirtschaft. Ausstrahlungseffekte auf andere Branchen wie Tourismus, Gastronomie oder Handel wurden nicht erfasst.

Im Ergebnis einer Clusteranalyse konnten in der vorliegenden Studie insgesamt 10 Cluster der Veranstaltungswirtschaft herausgearbeitet werden, die klar abgrenzbare Tätigkeitsbereiche innerhalb der Branche Veranstaltungswirtschaft darstellen. Die graphische Übersicht visualisiert grundlegend die Verflechtungen und skizziert das „Ökosystem“ Veranstaltungswirtschaft Deutschland (vgl. Abbildung 4).

Die auf Grundlage der Cluster berechnete Veranstaltungslandkarte

Deutschland zeigt die regionale Verteilung der Akteure der einzelnen Cluster. Dabei zeigen sich Hotspots der Wertschöpfung der Veranstaltungsbranche in Deutschland, z. B. in Berlin, Hamburg, Nordrhein-Westfalen sowie München, Frankfurt, Stuttgart und Leipzig.

Aber nicht nur die lange erwarteten Ergebnisse der Studie zur Veranstaltungslandkarte Deutschland wurden mit Interesse aufgenommen. In seiner visionären Keynote „Next level marketing. How we will connect brands & people in future“ ging Colja Dams der CEO der VOK DAMS Group aus Wuppertal darauf ein, dass wir am Beginn eines neuen Verständnisses von Marketing und Kommunikation stehen. Er stellte die Perspektive der Customer Centricity und das Customer Engagement in den Mittelpunkt und zeigte an eindrucksvollen Beispielen wie digital, hybrid und live auf einer Plattform als Zukunft des Events verschmelzen. Dabei sollte nicht mit der Frage nach dem „was“ begonnen werden, sondern immer mit „warum“ soll das Veranstaltungskonzept entwickelt werden, danach kann über was und wie entschieden werden.

Julia Hachenthal und Matthias Schultze vom German Convention Bureau berichteten über ein spannendes Forschungsprojekt in Form eines Testlabors mit dem Titel BOCOM – Experience Borderless Communication. Durchgeführt wurden hybride Events in dezentralen Hubs in Berlin, Essen, Wien und Amsterdam. Als Handlungsempfehlungen für die Planung dezentraler Veranstaltungskonzepte wurden abgeleitet, dass alle Hubs gleichberechtigt behandelt werden müssen, die Interaktion zwischen den Hubs möglich sein muss, eine Aktivierung der Teilnehmer durch Abstimmungen und Gamification erreicht werden kann und VR Anwendungen Interesse generieren. Weiterhin wurde im BOCOM Testlabor deutlich, dass eine kurze Dauer von Veranstaltungen die Aufmerksamkeit garantiert, regelmäßige Pausen notwendig sind, um das Networking zu fördern und generell das Networking auch im virtuellen Raum möglich sein muss. Ebenfalls sollten in verteilten Veranstaltungskonzepten Möglichkeiten des interaktiven Austauschs, wie z. B. Speed-Dating, angeboten werden.

Mehrere wissenschaftliche Studien beschäftigten sich mit der Zukunft der Messen als Kommunikationsinstru-

ment, das ganz besonders vom Lockdown und den eingeschränkten Reisesmöglichkeiten betroffen ist und das vor der Frage nach neuen, innovativen Konzepten steht. Professor Dr. Uwe Kleinkes und sein Team von der Hochschule Hamm-Lippstadt fragten Experten in Unternehmen aus dem B2B-Bereich nach der Messezukunft in fünf Jahren und kamen dabei zu dem Ergebnis, dass sich sowohl die Bedürfnisse der Aussteller als auch der Besucher angesichts der aktuellen Entwicklung ändern und dass Messen zukünftig sowohl analog, aber bei verkleinerter Ausstellungsfläche, als auch digital und hybrid sein werden. Ein visionäres studentisches Projekt an der Universität Düsseldorf stellte Angela Weyer vor, in dem ein Messestand der Zukunft für eine fiktive Leitmesse für erneuerbare Energien entworfen wurde.

Ein weiterer Diskussionsschwerpunkt auf der Konferenz war die Nachhaltigkeit von digitalen Veranstaltungen. Clemens Arnold von 2bdifferent aus Speyer stellte die Frage: Sind digitale Events wirklich nachhaltiger? Er stellte die These in den Raum, dass die meisten Menschen ungeprüft davon ausgehen, dass ein digitales oder hybrides Event immer nachhaltiger ist als ein physisches. Aber knapp 40 Millionen Tonnen CO₂ jährlich verursachte allein Deutschland in 2019 durch den Betrieb des Internets und internetfähiger Geräte und das bereits vor Ausbruch des Coronavirus. Er stellte seinen Nachhaltigkeitsrechner vor, der es ermöglicht, die Nachhaltigkeit eines Veranstaltungskonzeptes zu berechnen und das Konzept hinsichtlich des CO₂-Ausstoßes zu optimieren. Professor Dr. Jan Drengner von der Hochschule Worms setzte sich mit der Nachhaltigkeit von digitalen und hybriden Konferenzen auseinander. Dabei verglich er u. a. die zusätzliche Wertstiftung digitaler Konferenzen mit deren Wertminderung aus der Teilnehmerperspektive. Zusätzliche wertstiftende Beiträge liegen im Klimaschutz, im effizienteren und flexibleren Zugang zur Veranstaltung, in der Verminderung von Inklusionsproblemen, Gesundheitsschutz, geringerem sozialen Druck und der Erweiterung der Konferenz Community. Wertmindernd wirken insbesondere die geringere Interaktionsqualität, die verminderte Aufmerksamkeit sowie Probleme durch unterschiedliche Zeitzonen und Datenschutz.

Ein besonderes Highlight der Event-

konferenz war in diesem Jahr ein Live-Talk zum Schwerpunktthema „Events und ‘The New Normal’“, der von Jan Kalbfleisch, dem Geschäftsführer des neu gegründeten Bundesverbandes Veranstaltungswirtschaft (fwd:), moderiert wurde. Mit dabei waren Ulrike Tondorf von Bayer als Vertreterin der auftraggebenden Industrie, Holger Niewind von Aventem und Colja Dams von der VOK DAMS Group als Agenturvertreter, Marvin Böttcher von der Messe Dortmund, Melanie Heumann vom Handelsblatt als Medienvertreterin und als Vertreterin der Wissenschaft Professor Dr. Cornelia Zanger. In der sehr offenen Diskussion ging es um die Veränderung der Veranstaltungsformate und deren zukünftige Entwicklung, das noch schwer einschätzbare Besucherverhalten, die Entwicklung der Budgets und das neue Kompetenzprofil der Fachkräfte in der Live-Kommunikations-Branche nach der Pandemie. Verwiesen werden konnte dabei auch auf das neue Bachelorangebot der TU Chemnitz, den B.Sc. Event- und Onlinemarketing.

Weitere interessante Beiträge beschäftigten sich mit dem Einsatz von digitalen und hybriden Events in der Erwachsenenbildung, der Nachhaltigkeitskompetenz in Eventstudiengängen, dem präventiven Krisenmanagement in Kulturbetrieben oder einer App zur Bewältigung von Verlusterfahrungen in der Corona-Krise.

Professor Dr. Ulrich Holzbauer von der Hochschule Aalen stellte das interessante Tool S.A.F.E. zur Risikobewertung von Events aus hygienischer Sicht vor und auch Frau Professor Dr. Mandy Risch-Kerst von den EVENT-Lawyers hatte aufmerksame Zuhörer für ihre Ausführungen zur Weiterentwicklung von Vertrags-, Daten- und Haftungspflichten für Organisatoren von hybriden und digitalen vs. analogen Events.

In einer Abschluss-Session wurde die Entwicklung von Destinationen vor dem Hintergrund der Coronapandemie betrachtet. Professor Dr. Bernd Schapping von der International School of Management stellte die Frage nach der Auswirkung von Corona auf die MICE- und Tourismus-Destinationen, die infolge von abnehmender Geschäftsreisetätigkeit und Reduzierung des Messe- und Veranstaltungsangebotes Überkapazitäten aufgebaut haben. Caroline Speth von

der Technischen Hochschule Mittelhessen und Matthias Schultze vom German Convention Bureau arbeiteten schließlich die Bedeutung der physischen Destination in Deutschland als Wettbewerbsvorteil bei der Entwicklung von Veranstaltungskonzepten heraus.

Die inhaltlichen Diskussionsschwerpunkte der Konferenz lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Wir stehen aktuell am Beginn eines neuen Verständnisses von Live-Kommunikation zur Verbindung von Marken und Menschen. In der Event- und Messekommunikation werden digital, hybrid und live auf einer kundenzentrierten Plattform verschmelzen.
- Hybride Events sind nicht einfach die digitale Verlängerung von Live-Veranstaltungen, sondern stellen spezifische Anforderungen an die Konzeptionsentwicklung, die Dramaturgie und die Ablaufregie.
- Zukünftig werden immer mehr Messen und Events nicht mehr räumlich zentriert, sondern räumlich verteilt stattfinden. Für die Planung dezentraler Veranstaltungskonzepte ergeben sich ganz besondere Herausforderungen, wie die gleichberechtigte Einbeziehung aller verteilten Eventhubs, die Möglichkeit

der Interaktion zwischen den verteilten Teilnehmern, die ständige Aktivierung z. B. durch Gamification und die Einplanung regelmäßiger Pausen zum Networking.

- Die Messewelt wird sich zukünftig verändern müssen. Messegesellschaften, die ganz besonders vom Lockdown und den eingeschränkten Reisemöglichkeiten betroffen sind, stellen sich die Frage nach neuen, innovativen Konzepten. Sowohl die Bedürfnisse der Aussteller als auch der Besucher ändern sich angesichts der aktuellen Entwicklung, Messen werden zukünftig sowohl live, aber bei verkleinerter Ausstellungsfläche, als auch digital und hybrid konzeptionell geplant werden müssen.
- Dem Thema Nachhaltigkeit in der Live-Kommunikation stellt sich die Wissenschaft auch unter dem Aspekt digitaler und hybrider Events. Sind diese wirklich per se nachhaltiger und wie kann die Nachhaltigkeit eines digitalen oder hybriden Events berechnet werden.
- Digitale und hybride Veranstaltungen stellen nicht nur neue Herausforderungen an die inhaltliche Konzeption, sondern erfordern auch die Weiterentwicklung von Vertrags-, Daten- und Haftungspflichten für Organisatoren im Vergleich zu live Events.

- Die Reduzierung des Messe- und Veranstaltungsangebotes führt auch zu wirtschaftlichen Konsequenzen im Bereich der MICE- und Tourismus-Destinationen. Auch hier sind neue Konzepte gefragt.

Nach einem Tag voller neuer Erkenntnisse und wissenschaftlicher Inspiration konnte Professor Dr. Cornelia Zanger die Konferenzteilnehmer schon zur 14. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung am 28.10.2022 unter dem Thema "Events und Strategien der Zukunft", dann hoffentlich wieder nach Chemnitz, einladen.

Die Konferenz ist komplett über die Konferenzwebsite unter www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/eventforschung abrufbar.

Die vollständige Studie „ZÄHL DAZU“ – Veranstaltungslandkarte Deutschland ist abrufbar über http://rifel-institut.de/fileadmin/Rifel_upload/1.0_RIFEL/Landkarte-der-Veranstaltungswirtschaft-2021.pdf

Verleihung des CWG-Preises 2021

von Sebastian Ludwicki-Ziegler

Am 06. Dezember 2021 wurde der CWG-Preis 2021 für herausragende Abschlussarbeiten an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften vergeben. Die Auszeichnungen wurden an Herrn Paul Dutz für dessen Masterarbeit sowie Herrn Maroš Fenik und Frau Juliane Kriebitzsch für deren Bachelorarbeiten vergeben.

Die Arbeit von Paul Dutz wurde im Rahmen des Masterstudiengangs Economics verfasst und hatte „Ökonomische Komplexität und der Ressourcenfluch in Form der ‚Dutch Disease‘ – Eine Politikanalyse auf Basis des ECI“ zum Thema. Die preis-

gekrönten Arbeiten von Maroš Fenik und Juliane Kriebitzsch wurden beide als Abschlussarbeiten im Studiengang Europa-Studien mit wirtschaftswissenschaftlicher Ausrichtung eingereicht. Die Bachelorarbeit von Frau Kriebitzsch setzte sich mit der "Bedeutung des Singapur-Gutachtens für die vertragliche Handelspolitik der EU" auseinander, während sich die Arbeit von Herrn Fenik mit dem Thema "Krankenkassen als Unternehmen i. S. d. Art. 101 ff. AEUV" befasste. Paul Dutz, Maroš Fenik und Juliane Kriebitzsch konnten nicht nur ihre Gutachter, sondern auch den

Vorstand der Chemnitzer Wirtschaftswissenschaftlichen Gesellschaft e. V. von der Qualität ihrer Abschlussarbeiten überzeugen.

Die Preisträger wurden von dem neugewählten Vorsitzenden des CWG, Herrn Prof. Dr. Michael Hinz, über die Entscheidung des Vorstandes zur Vergabe des CWG-Preises informiert und zu ihrem Erfolg beglückwünscht. Der CWG-Preis wurde bereits zum dreizehnten Mal verliehen und ist mit jeweils 500 Euro dotiert.

Combining Frugal Innovation, Inclusive Business, and Scrum for Addressing Low-income Contexts with Sustainability Considerations

von Dr. Anne Lange

Bei dem vorliegenden Beitrag handelt es sich um eine Zusammenfassung der Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades des Doctor rerum politicarum von Anne Lange. Die Doktorarbeit ist auf MONARCH, dem Dokumenten- und Publikationsserver der TU Chemnitz, kostenfrei abrufbar: <https://monarch.qucosa.de/api/qucosa%3A76148/attachment/ATT-0/>.

Sustainability and the penetration of new markets beyond developed industries are two topics gaining increasing attention both in research and business practice. As Western industries are becoming saturated, companies are looking for further business alternatives and focusing on North-South opportunities. Therefore, bottom-of-the-pyramid markets are often mentioned as promising mass markets (Christensen et al., 2017; Prahalad, 2010). However, market access remains a challenge, as bottom-of-the-pyramid contexts are characterized by low incomes, resource constraints, and infrastructural barriers (United Nations Development Programme [UNDP], 2008). In addition, sustainable practices are a challenge. Since the Industrial Revolution, humans have been the most significant influence on global ecology, which has led to statements regarding how the earth has entered a new and more unstable phase in its evolution, the Anthropocene (McNeill & Engelke, 2016; Steffen et al., 2015). This phase is mainly caused by the overconsumption of resources and climate change and requires more environmentally conscious behaviour (Steffen et al., 2015). Since the introduction of the Sustainable Development Goals (SDGs) by the United Nations (UN), which apply to all countries, companies are required to address aspects of sustainability in their business practices (UN, 2015a; 2015b; n.d.). However, they have to cope with conflicting dimensions inherent to sustainability, such as improving economic and social aspects, which are usually accompanied by higher resource demands and environmental degradation (Rogall, 2012).

Previous literature started to address the issues of sustainability and low-income markets by focusing on inno-

vative approaches such as frugal innovation, social innovation, or resource-constrained innovation (Albert, 2019; Tiwari & Herstatt, 2014; Weyrauch & Herstatt, 2017; Zeschky et al., 2011). In the last decade, research on frugal innovation has particularly focused on addressing the challenges of low-income and resource-constrained contexts, often with aspects of sustainability in mind (Brem & Ivens, 2013; Khan, 2016; Levänen et al., 2016). However, to address these low-income contexts, which are also characterized by their dynamism, having a suitable innovation is not enough; businesses must reach the target group, such as by overcoming accessibility issues in rural areas (Prahalad, 2010; Reinhardt et al., 2018; Simanis & Hart, 2008). Initial research has examined the value chains of frugal innovations and ways to engage the consumer, leading to social improvements (Khan, 2016; Rosca et al., 2017). Building on this research, this dissertation combines four themes in three publications – frugal innovation, sustainability, inclusive business, and Scrum – to illustrate how innovations can address the needs of target groups in bottom-of-the-pyramid contexts and how engaging target customers can implement these innovations.

The first paper, "Introducing a Sustainability Evaluation Framework based on the SDGs applied to Four Cases of South African Frugal Innovation," investigates the interrelations of frugal innovation and sustainability. Evaluating sustainability based on the SDGs is a complex but purposeful approach with a broad field of application (International Council for Science, 2017). To handle the complexity of the SDGs and achieve flexibility at the same time, the paper introduces a three-step evaluation system based on the SDGs for the assessment of the sus-

tainability of innovations, which was used to assess four cases of South African frugal innovation. The investigation applies a multiple case study approach (Yin, 2014), the cases were selected based on purposive sampling, and the interviews used an open-ended questionnaire (Patton, 2002; Teddlie & Yu, 2007). Researchers with different nationalities and academic backgrounds reviewed and re-tested the case assessments to ensure interrater reliability (Bortz & Döring, 2007). The findings illustrate that all four examined cases were sustainable, indicating an interrelation between the frugality and the sustainability of an innovation. Especially new employment and income opportunities are key social improvements. They reflect inclusive business approaches, which are the focus of the second paper. The framework was reviewed and revised several times and tested successfully and has proven to apply to a broad spectrum of innovations. The research for this paper began in 2016 and was conducted by two authors, with me as the first author contributing 60% to the study.

The second work, "How Frugal Innovation and Inclusive Business Are Linked to Tackle Low-income Markets," examines how frugal innovation influences the design of inclusive businesses. Inclusive business includes consumers as employees and business owners in the value chain (Schoneveld, 2020; UNDP, 2008). Reflecting on existing literature, some papers considered frugal innovation cases that contributed to inclusive business (Arnold, 2017; Hossain, 2020; Khan, 2016; Knorringer et al., 2016; Levänen et al., 2016; Pansera, 2014; Rosca et al., 2017). However, the cases do not investigate the connection between both concepts in detail. To investigate this interrelation, there must be the intention to examine whether there are reoccurring patterns and interdependencies when both concepts converge. The paper explores how frugal innovation affects the design of inclusive business by analyzing 11 frugal cases

Number	Original title	Status in the publication process; journal	Percentage full paper	Percentage of contribution	Role in authorship	Key contributions in terms of content
1	Introducing a Sustainability Evaluation Framework based on the Sustainable Development Goals applied to Four Cases of South African Frugal Innovation	Published; Business Strategy and Development (Special Issue)	100%	60%	First author in co-authorship	<ul style="list-style-type: none"> Literature review for the theoretical background Conceptualization of the methodology and the evaluation framework Conducting and mainly evaluating the interviews Partial elaboration of the results Partial writing of the original draft, support of the review process
2	How Frugal Innovation and Inclusive Business Are Linked to Tackle Low-income Markets	Accepted; Journal of Small Business Management	100%	75%	First author in co-authorship	<ul style="list-style-type: none"> Literature review for the theoretical background Conceptualization of the methodology Conducting and evaluating the interviews Supported elaboration of the results Mainly writing the original draft, partial ensuring review process
3	Boosting Inclusive Businesses' Opportunities Through the Adoption of Scrum: an Execution Strategy to Enter Low-end Markets	Accepted; International Journal of Agile Systems and Management	100%	100%	Single author	
Total			300%	235%		

Table 1: Included papers and my respective contributions

implemented in the African context. Based on a case study method (Yin, 2014), categories for purposive sampling to achieve a sampling of typical cases were built (Patton, 2002; Ritchie et al., 2003; Teddlie & Yu, 2007). Data were analyzed by developing categories both inductively and deductively (Eisenhardt & Graebner, 2007; Mayring, 2014), following a flexible pattern-matching method (Bouncken et al., 2021). All documents were analyzed using a descriptive coding approach and conducting a qualitative content analysis with MAXQDA (Mayring, 2014; Saldana, 2009). The findings of the second paper show how frugal innovation can be implemented in accordance with inclusive business, which leads to customer involvement and thus mutually supports frugal innovation. The outcomes include the Inclusive Business Link Model for Frugal Innovation and propose that frugal innovations with modular features support a deep level of inclusive business integration. Furthermore, the results emphasize the importance of partnerships and knowledge transfer. This research started in 2017, and three authors contributed, with me contributing a 75% share.

The third paper, "Boosting Inclusive Businesses' Opportunities Through the Adoption of Scrum: an Execution Strategy to Enter Low-end Markets," links Scrum (Beedle et al., 1999; Schwaber & Sutherland, 2017; 2020) to inclusive business approaches.

Driven by previous findings, the paper intends to provide options regarding the implementation of inclusive business at the execution level, as it is still unclear how inclusive business structures can be designed (Schoneveld, 2020). Furthermore, Scrum is perceived as valuable for contexts with dynamic conditions (Dybå & Dingsøy, 2008; Sillitti et al., 2005), such as the low-income context (Knizkov & Arlinghaus, 2020; Reinhardt et al., 2018). Agile approaches have created new ways of addressing implementation issues and supporting innovative business models and strategies (Achtenhagen et al., 2013; Chesbrough, 2010). Given the importance of networks based on local partnerships and knowledge transfer as critical factors for success (Pels & Sheth, 2017; Schuster & Holtbrügge, 2014), the third paper suggests taking an agile approach to frame inclusive business approaches. The paper is conceptual, as it proposes new relationships between the constructs of inclusive business and Scrum. Thereby, it does not create an entirely new approach but intends to illustrate interrelations among disciplines perceived to be fruitful (Gilson & Goldberg, 2015). Based on the Scrum framework, this study creates a conceptual model (Jaakkola, 2020): the Inclusive Business Scrum Approach. Referring to the execution level and presenting a case example for application, the model illustrates how inclusive business can emerge. Thus, it helps to address the

"how" of inclusive business and considers topics related to the heterogeneity of partners and the team's composition. This study began in 2019 and was conducted by me alone.

With regard to all three papers and the four included topics, this dissertation achieves several outcomes and contributes to a broader view of how low-income consumers can be addressed. First, each paper illustrates the benefits of combining the concepts that could be valuable when addressing the bottom-of-the-pyramid context. Thereby, the papers build on each other and include previous results. Second, aspects of social sustainability are addressed mainly by combining frugal innovation and inclusive business. Third, each paper develops a model or framework intending to support practical applicability. Finally, an outline is provided for how combining frugal innovation, inclusive business, and Scrum positively could impact partnerships, knowledge transfer, and the empowerment of the target group, which could culminate in an approach that addresses challenges experienced when entering low-income contexts and that also considers sustainability. Among others, this dissertation contributes to research by considering more steps of the value chain for frugal innovation and could, for instance, extend the findings of Knizkov and Arlinghaus (2020), who demanded a focus on frugal processes. Furthermore, a more detailed

investigation of inclusive business can support sustainability considerations based on inclusive business approaches (van Niekerk, 2020). The new management options developed begin at a general level and end at an

execution level and thus contribute to holistic perspectives on innovations, approaches, and implementation options for organizations intending to address the Bottom of the Pyramid.

The referencing list can be downloaded from https://drive.google.com/file/d/1o8kn-etlmfg6amHFfSjSjagjm-gAn_YFAn/view?usp=sharing

Die Auswirkung der Datenschutz-Grundverordnung auf die Digitalisierung der Energiewende

von Dr. Christoph Licht

Bei dem vorliegenden Beitrag handelt es sich um eine Zusammenfassung der Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades des Doctor juris von Christoph Licht. Die Doktorarbeit ist in gebundener Fassung im GUC-Verlag für 39,95 € erhältlich (ISBN: 978-3-86367-066-5).

Thema und Ziel

Der europäische Gesetzgeber hat sowohl die Umstellung von analogen auf digitalen Messstellenbetrieb als auch – durch die Einführung der DS-GVO – die Einhaltung des Datenschutzes als Pflicht aufgestellt. Durch diese beiden Verpflichtungen besteht ein Spannungsverhältnis zwischen der zukünftigen Durchführung des digitalen Messstellenbetriebs auf der einen und der dabei erforderlichen Einhaltung aktuell geltender Datenschutzgrundsätze auf der anderen Seite, welches insbesondere die Fragen aufwirft, inwieweit der digitale Messstellenbetrieb überhaupt mit den aktuell geltenden Datenschutzgrundsätzen vereinbar ist und welche Rechtsfolgen den verantwortlichen Messstellenbetreiber bei einem Verstoß gegen diese treffen. Aus diesem Grund widmet sich die Arbeit im Kern der Beantwortung dieser Fragen und hat zudem das Ziel, die in der Praxis bestehenden datenschutzrechtlichen Unsicherheiten zu beseitigen und aufkommende Rechtsfragen zu beantworten, welche beim Einsatz intelligenter Messsysteme (iMS) entstehen. Des Weiteren wird mit dieser Arbeit aufgezeigt, wie die Durchführung eines datenschutzkonformen Messstellenbetriebes zu erfolgen hat, damit das Risiko etwaiger Haftungsfolgen und Sanktionen verringert wird.

Aufbau und Inhalt

Neben der Einleitung im Teil A, welche insbesondere die Relevanz und die Problematik des Themas verdeutlicht und die Vor- und Nachteile des Einsatzes iMS aufzeigt, erfolgt im Teil B nach einer kurzen Erläuterung der dem Messstellenbetreiber obliegenden Aufgaben und einer Einführung in die Funktionsweise eines iMS eine Anwendungsprüfung zwischen dem allgemeinen (DS-GVO) und dem sektorenspezifischen Datenschutzrecht (MsbG) mit dem Ergebnis, dass die Vorschriften der §§ 49 ff. MsbG weiterhin anwendbar sind.

Zudem erfolgt eine Auseinandersetzung mit der Frage, inwieweit der Verantwortliche für die Durchführung des Messstellenbetriebs auch zugleich als Verantwortlicher für die Einhaltung der Datenschutzgrundsätze angesehen werden kann.

Im Ergebnis hat die Untersuchung gezeigt, dass es für die Zuschreibung der datenschutzrechtlichen Verantwortlicheneigenschaft nicht erforderlich ist, dass sich die Daten im Besitz des Verantwortlichen befinden oder dieser die Daten selbst erhoben bzw. verarbeitet hat. Einer physischen Herrschaft über den Verarbeitungsprozess bedarf es zudem auch nicht, denn es hat sich herausgestellt, dass vielmehr demjenigen die Verantwortlicheneigenschaft zugeschrieben wird, der objektiv über die Daten bestimmen kann. Die Per-

son, welche die Entscheidungsgewalt über den Zweck und die Mittel der Datenverarbeitung hat, ist im datenschutzrechtlichen Sinne als Verantwortlicher anzusehen. Im Rahmen dieser Untersuchung hat sich zudem gezeigt, dass der Messstellenbetreiber nicht nur als Verantwortlicher, sondern unter bestimmten Voraussetzungen auch als ein gemeinsamer Verantwortlicher i. S. d. Art. 26 DS-GVO oder als Auftragsverarbeiter i. S. d. Art. 28 DS-GVO auftritt.

Im darauffolgenden Teil C wird nach einer thematischen Eingrenzung der Datenbegriff erläutert und der Unterschied zwischen Daten mit und Daten ohne Personenbezug mit dem Ergebnis aufgezeigt, dass auch solche Daten existieren, welche für einen Adressatenkreis personenbezogen und wiederum für einen anderen Adressatenkreis nicht personenbezogen sind (Hybride-Daten).

Des Weiteren wird in diesem Teil die erste Kernfrage der Arbeit, inwieweit der digitale Messstellenbetrieb mit den aktuellen Datenschutzgrundsätzen vereinbar ist, mittels einer zweistufigen Prüfung beantwortet. In der ersten Stufe wird nach einer kurzen Erläuterung und Unterscheidung datenschutzrelevanter Begriffe geprüft, „ob“ bzw. inwieweit der Messstellenbetreiber bei der Durchführung seiner ihm beim Messstellenbetrieb obliegenden Aufgaben überhaupt die aktuell geltenden Datenschutzgrundsätze beachten und einzuhalten hat. Insofern werden in dem ersten Schritt detailliert alle Tatbestandsmerkmale

– Verarbeitung personenbezogener Daten von natürlichen Personen – erläutert und im Einzelnen geprüft, wann diese vorliegen bzw. erfüllt sind. Im Rahmen dieser Untersuchung hat sich gezeigt, dass in der messstellenbetrieblichen Praxis und insbesondere bei der Durchführung des digitalen Messstellenbetriebs (regelmäßig) personenbezogene Daten von natürlichen Personen verarbeitet werden, was den Messstellenbetreiber mithin verpflichtet, die datenschutzrechtlichen Grundsätze zu beachten, einzuhalten und zu gewährleisten.

In dem zweiten Schritt wird das „wie“ thematisiert, was bedeutet, dass zunächst die vom Messstellenbetreiber zu beachtenden Datenschutzgrundsätze im Einzelnen dargelegt und erläutert werden sowie im Nachgang verdeutlicht wird, wie der Messstellenbetreiber die Durchführung des digitalen Messstellenbetriebs zu gestalten hat, damit er die aktuell geltenden Datenschutzgrundsätze einhalten kann und somit eine Vereinbarung zwischen der Durchführung des digitalen Messstellenbetriebs mit der Einhaltung des Datenschutzes erreicht und gewährleistet wird. In diesem Zusammenhang ist als Ergebnis festzuhalten, dass der Messstellenbetreiber seine im Rahmen des digitalen Messstellenbetriebs beabsichtigte Verarbeitung auf eine gesetzlich normierte Rechtsgrundlage stützen und unter Beachtung der jeweiligen Voraussetzungen die einzelnen Datenschutzgrundsätze aus Art. 5 Abs. 1 DS-GVO durchaus einhalten kann. Die Untersuchung hat auch gezeigt, dass der digitale Messstellenbetrieb zwar grundsätzlich mit den aktuell geltenden Datenschutzgrundsätzen vereinbar ist, der Grat zwischen Einhaltung und Missachtung allerdings ein schmaler ist. So hat der Messstellenbetreiber insbesondere in Bezug auf den Integritäts- und Vertraulichkeitsgrundsatz noch nachzubessern, denn in der messstellenbetrieblichen Praxis wird aufgrund der aktuellen Vorgehensweise bei der Durchführung gegen den Integritäts- und Vertraulichkeitsgrundsatz verstoßen.

Die zweite Kernfrage, welche Rechtsfolgen den verantwortlichen Messstellenbetreiber bei einem Verstoß gegen die Datenschutzgrundsätze treffen, wird im Teil D beantwortet. Es hat sich herausgestellt, dass durch die Einführung der DS-GVO erstmals für Datenschutzverstöße ein Sanktionsmodell auf europäischer Ebene existiert, welches für den Messstellenbetreiber sowie andere Adressaten bisher unbekannt ist. Aus diesem Grund werden in diesem Teil zunächst alle dem Messstellenbetreiber treffenden Rechtsfolgen wie drohende Schadensersatzansprüche, Abhilfemaßnahmen und Sanktionen aus der DS-GVO und auf nationaler Ebene aus dem MsbG aufgezeigt sowie jeweils deren einzelne Tatbestände erläutert. Hierbei wird zunächst auf den Schadensersatzanspruch i. S. d. Art. 82 DS-GVO eingegangen und neben der Prüfung der einzelnen Anspruchsvoraussetzungen dargelegt, in welchem Umfang der Messstellenbetreiber schadensersatzpflichtig sein kann. Darauf folgend werden die der Aufsichtsbehörde zustehenden Abhilfemaßnahmen gemäß Art. 58 Abs. 2 DS-GVO aufgezeigt und jeweils deren Rechtsfolgen mit dem Ergebnis untersucht, dass der Aufsichtsbehörde bei der Wahl der Abhilfemaßnahme zwar ein Ermessen zukommt, die Verhängung von Geldbußen als Abhilfemaßnahme jedoch die „Ultima Ratio“ sein soll. Des Weiteren wird sich mit dem Sanktionsmodell aus Art. 83 DS-GVO auseinandergesetzt und in diesem Zusammenhang insbesondere mit den jeweiligen Tatbestandsvoraussetzungen sowie den einzelnen Zumessungskriterien, welche bei der Verhängung von Bußgeldern Berücksichtigung finden.

In diesem Teil der Arbeit ist als Ergebnis festzuhalten, dass den Messstellenbetreiber die Rechtsfolgen auch parallel treffen können und dass es – neben dem Ermessen der zuständigen Aufsichtsbehörde – aufgrund der vielen unterschiedlichen Voraussetzungen bzw. Tatbestände und Zumessungskriterien eine Einzelfallentscheidung ist, ob und in welchem Umfang dem Messstellenbetreiber Sanktionen treffen. Abschließend wird im Teil E der Arbeit untersucht, welche Rechtsbehelfe sich aus dem allgemeinen Datenschutzrecht für den Betroffenen ergeben. So besteht im Ergebnis für den Betroffenen neben dem Recht auf Beschwerde auch das Recht auf

Unterrichtung und das Recht auf Klage. Auch hier werden die einzelnen Voraussetzungen genannt und erläutert, wann der Betroffene die Möglichkeit der Inanspruchnahme eines Rechtsbehelfs i. S. d. DS-GVO hat. Abgerundet wird die Arbeit im Teil F mit einem Fazit und einem Ausblick.

Fazit und Ausblick

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass der digitale Messstellenbetrieb mit den aktuell geltenden Datenschutzgrundsätzen prinzipiell vereinbar und somit zulässig ist. Es bedarf zwar an der ein oder anderen Stelle noch einer Feinjustierung bzw. kleinerer Anpassungen für eine datenschutzkonforme Durchführung des digitalen Messstellenbetriebs. Diese sind jedoch mit relativ geringem Aufwand realisierbar. Zudem hat sich gezeigt, dass die Einhaltung und Gewährleistung der Datenschutzgrundsätze nicht nur wegen der Gesetzeskonformität, sondern auch zur Vermeidung sehr hoher Bußgelder und Schadensersatzleistungen im Interesse des Messstellenbetreibers liegen sollte, denn die Rechtsfolgen bei einem Verstoß sind enorm. Als Konsequenz drohen dem Messstellenbetreiber bei einer rechtswidrigen Verarbeitung von personenbezogenen Daten durch die Aufsichtsbehörde sehr hohe Sanktionen sowie ein Verarbeitungsverbot und parallel hierzu durch die betroffene Person geltend gemachte Schadensersatzansprüche.

Mit Blick in die messstellenbetriebliche Zukunft und insbesondere auf die Zusatzleistungen i. S. d. § 35 Abs. 2 MsbG ist zu konstatieren, dass sich dem Messstellenbetreiber bei einer datenschutzkonformen Durchführung solcher Dienstleistungen weitere und umfangreichere Geschäftsfelder erschließen, welche zudem lukrativer sein werden als dessen Standardleistungen. So ist es durchaus möglich, dass der Messstellenbetreiber zukünftig Dienstleistungen in den Bereichen „Smart-City“ oder „Betreuten Wohnens“ anbieten wird.

Wertmäßige Erfassung nichtfinanzieller Werte zur Steigerung der Transparenz in Bewertungsprozessen und der externen Berichterstattung

von Dr. Wladislav Gawenko

Bei dem vorliegenden Beitrag handelt es sich um eine Zusammenfassung der kumulativen Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades des Doctor rerum politicarum von Wladislav Gawenko. Die Doktorarbeit ist in gebundener Fassung in der Universitätsbibliothek der TU Chemnitz einsehbar.

Nichtfinanzielle Werte gewinnen in zahlreichen Unternehmen sowie in der Gesellschaft immer mehr an Bedeutung. Das Innovationspotenzial, die Fähigkeiten des Personals, interne Prozesse usw. stellen wesentliche Erfolgsfaktoren und Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz dar. Des Weiteren spielt die soziale und ökologische Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle in Unternehmen. Im Vergleich zu finanziellen Werten ist die wertmäßige Erfassung nichtfinanzieller Werte mit zahlreichen Herausforderungen verbunden und noch relativ in frühem Stadium. Zurückzuführen ist dies auf die Eigenschaften der nichtfinanziellen Werte, wie Immaterialität, schwere Separierbarkeit usw. Allerdings verlangen immer mehr Stakeholder transparentere Bewertungsprozesse und transparentere Informationen für diese Werte. Das Ziel dieser Dissertation ist es, die Quantifizierung nichtfinanzieller Werte konkreter zu untersuchen. Es soll die wertmäßige Erfassung im Rahmen von Bewertungsprozessen sowie der externen Berichterstattung betrachtet werden. Dabei wird insb. das Ziel der Steigerung der Transparenz gegenüber den Stakeholdern verfolgt.

Dazu werden grundsätzlich vier forschungsleitende Hauptfragen anhand von vier Beiträgen (Tabelle 1) beantwortet:

1. Welche Arten bzw. Kategorien von nichtfinanziellen Werten gibt es bzw. wie lassen sich diese genau abgrenzen?
2. Welche unterschiedlichen Ansätze bzw. Konzepte des component-by-component measurement zur wertmäßigen Erfassung nichtfinanzieller Werte existieren und welche Grenzen weisen diese auf?

3. Wie können bestimmte Bewertungsansätze weiterentwickelt werden, um eine transparentere Bewertung und Darstellung bestimmter nichtfinanzieller Werte in speziellen Fällen zu ermöglichen?
4. In welchem Ausmaß greifen große Unternehmen auf quantitative Informationen zur transparenten Darstellung nichtfinanzieller Werte im Rahmen der externen Berichterstattung zurück und inwieweit können nichtfinanzielle Werte anhand der publizierten Daten wertmäßig erfasst werden?

Zusätzlich wird im Rahmen eines Dachbeitrags das zusammenfassende Thema diskutiert, in dem auf Forschungslücken sowie den Beitrag der Dissertation bzw. der einzelnen Artikel zum wissenschaftlichen Fortschritt und damit der Schließung der Forschungslücken konkret eingegangen wird.

Der Grund für eine Betrachtung des Untersuchungsgegenstands anhand der kumulativen Form ist darauf zurückzuführen, dass bestimmte Kategorien nichtfinanzieller Werte unter verschiedenen Gesichtspunkten konkreter betrachtet werden können. Es sollen bestimmte Spezialfälle, in welchen diese Werte eine hohe Relevanz haben, separat untersucht werden. Dies resultiert auch daraus, dass sich für verschiedene nichtfinanzielle Werte auch unterschiedliche Bewertungsansätze eignen. Anhand dieser Vorgehensweise wird damit die Quantifizierung bestimmter nichtfinanzieller Werte situationsbedingt betrachtet.

Grundsätzlich sind nichtfinanzielle Werte alle Leistungsfaktoren eines Unternehmens, die immaterieller sowie nicht monetärer Natur sind

und zu künftigen Erträgen für ein Unternehmen führen bzw. diese wesentlich beeinflussen. Diese können in interne Strukturen, Beziehungskapital sowie Human Capital eingeteilt werden. Zur internen Struktur gehört das Innovationspotenzial (Innovation Capital) und Werte im Organisationsbereich (Process Capital). Zum Beziehungskapital zählen Werte im Absatzbereich (Customer Capital), Beschaffungsbereich (Supplier Capital), Investorenbereich (Investor Capital), in Standortvorteilen (Location Capital), in ökologischer Performance (Ecological Capital) sowie der sozialen Verantwortung (Social Capital). Human Capital beschreibt Werte im Personalbereich.

Im Rahmen der einzelnen Beiträge werden bestimmte nichtfinanzielle Werte und deren wertmäßige Erfassung konkret betrachtet. Im ersten Beitrag geht es um die Bewertung von einem Teil des Innovation Capital, im Speziellen Patenten. So bestand bisher eine Forschungslücke, wie Patente aus Sicht eines Spin-offs bewertet werden können. Im Beitrag werden übliche Verfahren zur Bewertung immaterieller Werte diskutiert und auf Geeignetheit zur Bewertung von Patenten bei Spin-offs geprüft. Anschließend wird eine Vorgehensweise entwickelt und anhand eines Beispiels erklärt, wie eine wertmäßige Erfassung transparent und intersubjektiv nachprüfbar unter Berücksichtigung der Eigenschaften von Spin-offs erfolgen kann. Der zweite Beitrag befasst sich mit der Bewertung von Innovation Capital, Human Capital und Customer Capital im Rahmen einer Unternehmensübernahme in der Software-Branche. Im Vergleich zum ersten Beitrag wird nicht ein einzelner nichtfinanzieller Wert, sondern werden homogene Gruppen davon betrachtet. Zurückzuführen ist dies darauf, dass nicht ein einzelner Vermögenswert, sondern ein gesamtes Unternehmen mit seinem Gesamtvermögen übernommen wird. Das Problem bestand

Nr.	Autoren	Titel	Zeitschrift
1	Gawenko/Hinz	Patentbewertung bei Spin-offs im Rahmen einer Ausgründung aus Wissenschaftseinrichtungen	Zeitschrift für Öffentliche und Gemeinwirtschaftliche Unternehmen, 1-2/2020, Seite 35-49
2	Büttner/Gawenko	Die Bewertung von Intellectual Capital im Rahmen einer Unternehmensübernahme in der Software-Branche	Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, 2/2021, Seite 200-219
3	Gawenko	Intellectual Capital Reporting in Deutschland – eine Untersuchung ausgewählter Prime Standard - Unternehmen	KoR Zeitschrift für kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, 2/2021, Seite 69-78
4	Gawenko/Richter/Hinz/Götze	Interne Ansätze zur Nachhaltigkeitsbewertung in der externen Berichterstattung – konzeptionelle und empirische Analyse der DAX-Unternehmen	Die Unternehmung, 3/2020, Seite 264-284

Tabelle 1: Portfolio an Beiträgen

bisher darin, dass im Rahmen von Bewertungen ein Großteil der nichtfinanziellen Werte untergeht (i.d.R. im Goodwill). Anhand der zwei im Beitrag entwickelten Vorgehensweisen soll daher die Transparenz im Rahmen der Bewertung der wesentlichen nichtfinanziellen Werte der Software-Branche gesteigert werden. Die Ansätze der Unternehmensbewertung werden daher um diese neuen Vorgehensweisen erweitert.

Im dritten Beitrag wird empirisch untersucht, ob anhand der von den größten deutschen börsennotierten Unternehmen (DAX, MDAX, TecDAX, SDAX) im Rahmen der externen Berichterstattung publizierten Informationen eine Bewertung bestimmter nichtfinanzieller Werte möglich ist. Konkret wird die quantitative Berichterstattung über Innovation Capital, Human Capital, Customer Capital, Supplier Capital, Investor Capital, Process Capital und Location Capital analysiert. Der Untersuchungsgegenstand resultiert daraus, dass bisher nicht untersucht wurde, inwieweit Externen anhand der publizierten Daten eine Bewertung ermöglicht wird. Die Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen im Hinblick auf die wertmäßige Erfassung i.d.R. intransparente Angaben publizieren. Allerdings gibt es einige Unternehmen, die eine wertmäßige Erfassung für Externe ermöglichen. Insb. das Human Capital schnitt in der Analyse am besten ab.

Im vierten und letzten Beitrag werden die nichtfinanziellen Werte in Bezug auf Corporate Social Responsibility bzw. im Speziellen Ecological Capital und Social Capital konkreter betrachtet. Die getrennte Betrachtung

dieser Kapitalarten zu den vorigen resultiert daraus, dass sich im internen Rechnungswesen einige Ansätze zur Bewertung etabliert haben, die bestimmte Besonderheiten aufweisen. In diesem Hinblick werden die in der Literatur bekanntesten Ansätze zur Bewertung der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit vorgestellt und kritisch gewürdigt. Anschließend erfolgt eine empirische Analyse, inwieweit diese Ansätze insb. von den DAX-Unternehmen im Rahmen der externen Berichterstattung berücksichtigt werden. Der Untersuchungsgegenstand ist darauf zurückzuführen, dass in den meisten Studien eine Inhaltsanalyse zu Ecological Capital und Social Capital erfolgt. Bisher wurde jedoch nicht analysiert, wie Unternehmen diese nichtfinanziellen Werte wertmäßig erfassen. Eine wertmäßige Erfassung von Ecological Capital und Social Capital kann jedoch zu einer höheren Transparenz und Glaubwürdigkeit der Angaben gegenüber den Stakeholdern führen. Mit diesem Beitrag soll demnach diese Forschungslücke geschlossen werden. Die Ergebnisse zeigen, dass von den untersuchten Unternehmen lediglich Ansätze des Ecological Capital (im Speziellen Carbon Footprint) berücksichtigt werden. Im Hinblick auf Social Capital werden kaum Ansätze angewendet, zudem sind die Angaben meist qualitativer Natur und auch intransparent. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass die Bewertungsansätze zum Social Capital noch nicht standardisiert sind. Demnach können in künftigen Forschungen neue Ansätze entwickelt bzw. bestehende Ansätze weiterentwickelt werden.

Insgesamt liefert die Dissertation Vorschläge zur Schließung einiger wesentlicher Forschungslücken im Hinblick auf die wertmäßige Erfassung nichtfinanzieller Werte. Eigene Vorgehensweisen zur transparenten Bewertung nichtfinanzieller Werte werden entwickelt und dargestellt. Diese haben Relevanz für Gruppen, wie Unternehmen, Investoren usw. Ferner kann in künftigen Forschungen an die in der Dissertation beschriebenen Grundideen angeknüpft und weitere Methoden entwickelt werden. Weiterhin liefern die empirischen Untersuchungen wichtige Erkenntnisse im Hinblick auf die wertmäßige Erfassung nichtfinanzieller Werte bei den größten deutschen börsennotierten Unternehmen im Rahmen der externen Berichterstattung. So wird gezeigt, dass zwar im Großteil intransparent über nichtfinanzielle Werte berichtet wird, allerdings es Unternehmen gibt, die eine wertmäßige Erfassung für Externe erlauben. Demnach scheint eine quantitative Berichterstattung über nichtfinanzielle Werte möglich. Dies ist für Investoren von Relevanz und kann für den Gesetzgeber eine Anregung sein, sich an den best-practice-Unternehmen zu orientieren und neue Regelungen zu gestalten, die eine transparente Berichterstattung ermöglichen. So kann und soll dies im Rahmen der aktuell in Überarbeitung stehenden Corporate Social Responsibility (CSR)-Richtlinie der EU berücksichtigt werden. Die Bewertung nichtfinanzieller Werte ist insgesamt von hoher Aktualität und wird in naher Zukunft in Forschung und Praxis eine große Rolle spielen.

Zitate und Ökonomie

Ich konnte noch nie einer Herausforderung widerstehen, bei der die Aussicht auf Erfolg gering war und ich das Gegenteil beweisen konnte.

Richard Bronson

Hindernisse sollten dich nicht aufhalten. Wenn du gegen eine Wand läufst, dreh dich nicht um, gib nicht auf. Finde heraus, wie du darüber klettern, hindurchgehen oder außenrum gehen kannst.

Michael Jordan

Keine der akzeptierten Theorien hat in irgendeiner Volkswirtschaft jemals dauerhaft funktioniert. Keine.

Joseph Stiglitz

Es gibt mehr Leute, die kapitulieren, als solche, die scheitern.

Henry Ford

Konsum ist der Zweck aller Produktion.

Adam Smith

Eine Politik, die gegen ökonomische Gesetze und damit gegen menschliche Grundbedürfnisse regiert, zieht immer den Kürzeren.

Eugen von Böhm-Bawerk

Dumme und Gescheite unterscheiden sich nur dadurch, dass der Dumme immer wieder dieselben Fehler macht und der Gescheite immer neue.

Kurt Tucholsky

Und sei ihr eigenes Schicksal auch das Schlimmste: Die Armen erkennen es als das ihre an.

Theodor W. Adorno

Die hervorstechenden Fehler der wirtschaftlichen Gemeinschaft, in der wir leben, sind ihr Versagen, für Vollbeschäftigung Vorkehrung zu treffen und ihre willkürliche und unbillige Verteilung des Reichtums und der Einkommen.

John Maynard Keynes

Wir arbeiten nicht nur, um etwas zu produzieren, sondern auch, um der Zeit einen Wert zu geben.

Eugène Delacroix

Veranstaltungshinweise

18.01.2022 | Online-Vortrag

Steuern und Budgetdefizite als Determinanten des Sozialprodukts

Chemnitz (Online)

Im Rahmen des Chemnitzer Wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsseminars wird Herr Professor Dr. Fritz Helmedag von der TU Chemnitz zum Thema "Steuern und Budgetdefizite als Determinanten des Sozialprodukts" referieren. Die Online-Veranstaltung findet am Dienstag, dem 18.01.2022, von 17:30 Uhr bis ca. 19:00 Uhr statt. Es wird keine Teilnahmegebühr erhoben.

Nähere Informationen zur Teilnahme an der Veranstaltung finden sich unter: <https://www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/vwl2/forschungsseminar/>

25.01.2022 | Online-Vortrag

Women in Power – The Effect of Female Representation in National Parliaments

Chemnitz (Online)

Im Rahmen des Chemnitzer Wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsseminars wird Herr Vincent Rost von dem Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung Mannheim zum Thema "Women in Power – The Effect of Female Representation in National Parliaments" referieren. Die Online-Veranstaltung findet am Dienstag, dem 25.01.2022, von 17:30 Uhr bis ca. 19:00 Uhr statt. Es wird keine Teilnahmegebühr erhoben.

Nähere Informationen zur Teilnahme an der Veranstaltung finden sich unter: <https://www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/vwl2/forschungsseminar/>

26.01.2022 | Online-Schulung

Grundlagen der digitalen Barrierefreiheit

Chemnitz (Online)

Die Online-Schulung wird vom Universitätsrechenzentrum durchgeführt und richtet sich primär an diejenigen Mitarbeiter der TU Chemnitz, welche mit dem Erstellen und Veröffentlichen von digitalen Dokumenten betraut sind. Interessenten werden in dieser Veranstaltung einen Überblick zur "digitale(n) Barrierefreiheit im Allgemeinen sowie gesetzliche Rahmenbedingungen und Richtlinien" vermittelt bekommen. Die Online-Veranstaltung findet am Mittwoch, dem 26.01.2022, von 10:00 Uhr bis 12:00 Uhr statt. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Nähere Informationen sowie kostenlose Anmeldung unter: <https://mytuc.org/lmj>

Impressum

Herausgeber: Chemnitzer Wirtschaftswissenschaftliche Gesellschaft e. V.
c/o Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, TU Chemnitz, 09107 Chemnitz

Annahme von Beiträgen, Layout und Redaktion: Sebastian Ludwicki-Ziegler, Thüringer Weg 7, Zi. 317

Telefon: 0371/531-26370, E-Mail: cwg.dialog@gmail.com

ISSN (Print-Ausgabe): 1610 – 8248 – ISSN (Internet-Ausgabe): 1610 – 823X

- Alle bisher erschienenen Ausgaben sind unter <https://www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/vwl2/cwg/> als Download verfügbar. -
