

IMU Research Insights
075

Reduktion ungünstiger Auswirkungen von Lohnungleichheit
durch unternehmerische Philanthropie

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg
Boas Bamberger, M. Sc.

2021

Relevanz der Thematik

Unternehmen steigern die Lohnungleichheit zwischen Topmanagern und Mitarbeitern, obwohl sie Kundenzufriedenheit schädigt. Darüber hinaus haben Gesetzgeber eine Offenlegungspflicht für Lohnungleichheit eingeführt, weil sie das Wirtschaftswachstum bremst und den sozialen Zusammenhalt gefährdet. Trotz dieser Pflicht zur Offenlegung von Lohnungleichheit und der resultierenden eventuellen Gefährdung der Unternehmensreputation bei exzessiven Lohnunterschieden, steigern Unternehmen diese weiter. Es stellt sich also die Frage: **Haben Unternehmen wirkungsvolle Strategien, um etwaige ungünstige Auswirkungen von Lohnungleichheit zu reduzieren oder sogar auszuhebeln?**

Branchenbezug

Branchenübergreifende Studie (z.B. Chemie, Maschinenbau, Energie, Unternehmensberatung, Nahrungsmittel, Transport, Versicherungen, IT und Kommunikation)

Studiencharakteristika

In zwei Studien wird unternehmerische Philanthropie als Strategie zur Reduktion ungünstiger Auswirkungen von Lohnungleichheit untersucht:

Studie 1: Befragung von top-level Marketing und Vertriebsmanagern aus **106 B2B-Firmen** zur Kundenorientierung von Mitarbeitern, Kundenzufriedenheit, und Philanthropie sowie Erhebung von **objektiven Daten** zu Lohnungleichheit und Reputationsrisiko.

Studie 2: Langzeitstudie im B2C Kontext mit 349 Jahr-Firmenbeobachtungen. Erhebung und panelbasierte Auswertung von **objektiven Daten** zu Lohnungleichheit, unternehmerischer Philanthropie, Kundenzufriedenheit sowie Reputationsrisiko.

Zentrale Erkenntnisse / Implikationen

- Unternehmen können durch den Einsatz von unternehmerischer Philanthropie die ungünstigen Auswirkungen von Lohnungleichheit auf die Kundenorientierung von Mitarbeitern und somit Kundenzufriedenheit und erhöhtes Reputationsrisiko abschwächen.
- Eine ausreichend hohe Investition in unternehmerische Philanthropie erlaubt es Unternehmen dabei, nicht nur die ungünstigen Auswirkungen von Lohnungleichheit zu reduzieren, sondern diese Auswirkungen sogar vollständig auszuhebeln.

Das **Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU)** an der Universität Mannheim versteht sich als Forum des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis. Der wissenschaftlich hohe Standard wird gewährleistet durch die enge Anbindung des IMU an die Lehrstühle für Marketing & Sales an der Universität Mannheim, die national wie auch weltweit hohes Ansehen genießen. Die wissenschaftlichen Direktoren des IMU sind Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg und Prof. Dr. Sabine Kuester.

Wenn Sie an weiterführenden Informationen interessiert sind, können Sie uns gerne jederzeit kontaktieren unter:

Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Universität Mannheim
L5, 1
68131 Mannheim
Telefon: 0621 / 181-1562
E-Mail: bamberger@uni-mannheim.de

Besuchen Sie unsere Webseite: www.imu-mannheim.de

Die Autoren:

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg ist Inhaber des Lehrstuhls für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim. Zudem ist er Direktor des dortigen Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) sowie Leiter des wissenschaftlichen Beirats der Unternehmensberatung Homburg & Partner.

Boas Bamberger, M.Sc. ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim.