

# Modewoorden halen geld op

Van onze verslaggever

**Peter de Waard**

**AMSTERDAM** Het gebruik van modieuze en positivistische Engelse termen zoals *big data* (grote hoeveelheden informatie), *crowdsourcing* (financiering door een grote groep) en *agile* (beheer, alert) kan de beurskoers van een bedrijf positief beïnvloeden.

Dit blijkt uit een onderzoek naar modewoorden in de managementstrategie van bedrijven in de afgelopen 25 jaar. Een team van de Rotterdam School of Management van de Erasmus Universiteit heeft het gebruik van hippe termen vergeleken met het oordeel dat beleggingsanalisten hebben over een fonds. 'Hoe meer hippe woorden werden gebruikt en hoe hipper die woorden waren, hoe vaker sprake was van overschatting door analisten', zegt onderzoeker Patrick Reinmoeller.

Voor het onderzoek werd een lijst van honderd veelgebruikte modewoorden opgesteld vanaf 1992. Daarvan werden er 27 geselecteerd, die het meest in publicaties voorkomen. Daarna werd onderzocht hoeveel keer een associatie kon worden gelegd tussen een van deze woorden en een van de 500 belangrijkste beursfondsen in de VS: de Standard & Poor's 500. De onderzoekers vergeleken vervolgens de voorspelde winst per aandeel op de lange termijn met de daadwerkelijke winst per aandeel in die periode.

Uit de vergelijkingen bleek dat bedrijven die zichzelf in verband brengen met trendy managementpraktijken vaak door de aandelenanalisten in waarde stegen. 'Als bedrijven progressief overkomen, scheidt blijkbaar overdreven positieve verwachtingen voor de toekomstige winst per aandeel. De verschillen met andere bedrijven zijn significant te noemen', aldus Reinmoeller. Het onderzoek strekte zich uit over de periode van 1992 tot 2008.

Modewoorden in het bedrijfsleven zijn niet nieuw. In de jaren tachtig gaven bedrijven graag de indruk dat *just-in-time* deel uitmaakte van hun managementstrategie, stelt Reinmoeller, terwijl in de jaren negentig juist *outsourcing* in de mode was. Om tegenwoordig vooruitstrevend over te komen, moet een bedrijf zich waarschijnlijk als *agile* afschilderen en duidelijk maken dat ze *big data* gebruiken. Omdat deze woorden pas recentelijk in zwang zijn gekomen, konden ze niet in het onderzoek worden meegenomen.

Diverse bedrijven hebben veel profijt getrokken van het gebruik van hippe woorden: IBM, Hewlett-Packard

en uiteraard Apple. Maar ook autoconcern General Motors en zakenbank Morgan Stanley lusten er pap van.

Reinmoeller concludeert dat associaties met bepaalde positieve managementtrends grote invloed kan hebben op de waardering van een bedrijf. Hij raadt bedrijven aan zich ervan bewust te zijn dat het beeld dat zij uitstralen in de media altijd wordt vergeleken met het beeld van het typische progressieve bedrijf. Door de taal die het bedrijf gebruikt aan te passen aan de geldende 'voortgangsnormen', kan een bedrijf beïnvloeden hoe positief het overkomt. Op die manier kunnen bedrijven meer greep krijgen op hun waardering door analisten, concludeert Reinmoeller.

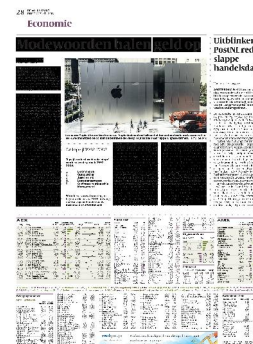
Behalve Reinmoeller werkten ook Jurriaan Nijholt van RSM en Pieter-Jan Bezemer van QUT Business School mee aan het onderzoek.

## De topvijf 1992-2008

**Topvijf van best werkende 'hippe' woorden over de periode 1992-2008:**

1. **E-commerce**
2. **Outsourcing**
3. **Just-in-time**
4. **Lean management**
5. **Customer relationship Management**

**Woorden als crowd sourcing en big data, die pas na 2008 in zwang raakten, zijn niet onderzocht, maar scoren nu wel het best.**





De nieuwe Apple Store in San Francisco. Apple doet veel met alleen het herkenbare beeldmerk, maar valt in het RSM-onderzoek ook onder de bedrijven die veel profijt hadden van 'hippe' Engelse termen. Foto Reuters

