

# Modewoorden leiden tot overwaardering

**Bedrijven die zichzelf graag associëren met trendy managementtrends plukken daar de vruchten van. Het gebruik van modewoorden kan leiden tot overwaardering van het bedrijf door aandelenanalisten. Overmatig gebruik van de hippe termen kan echter ook nadelig uitpakken.**

## Te veel is te veel

Patrick Reinmoeller en Jurriaan Nijholt van Rotterdam School of Management, Erasmus University (RSM) en Pieter-Jan Bezemer van QUT Business School waren benieuwd in hoeverre het overkomen als een vooruitstrevend bedrijf van invloed is op de analistenwaarderingen en -verwachtingen. En uiteindelijk ook op de beurskoers. De onderzoekers vergeleken de winst per aandeel op de lange termijn, zoals die ooit was voorspeld door analisten, 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 werden overgewaardeerd.

Als bedrijven progressief overkomen, schept dat volgens het drietal overdreven positieve verwachtingen voor de toekomstige winst per aandeel. Enkele managementtermen die momenteel bijzonder trendy zijn, zijn agile en big data. De waardering van bedrijven die een overdaad aan managementtrends volgden, viel juist weer beduidend lager uit. Een bedrijf dat zich te sterk als innovatief en progressief profileert, veroorzaakt verwarring bij analisten en verliest hierdoor geloofwaardigheid.

Reinmoeller raadt bedrijven dan ook 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 vooruitgangsnormen, kan een bedrijf beïnvloeden hoe progressief het overkomt. Op die manier kunnen bedrijven meer grip krijgen op hun waardering door analisten.' <<

