

Unternehmenserfolg und Managervergütung.

Ein internationaler Vergleich

„Verdienen Manager, was sie verdienen?“ In der aktuellen Diskussion zu Unternehmenserfolg und Managervergütung wird heute erst deutlich, dass variable, erfolgsabhängige Vergütungsanteile statt nur zur guten auch zur schlechten Unternehmensführung beitragen können. Nicht nur die ethische Angemessenheit der Vorstandsvergütung, sondern auch ihre Wirksamkeit als Corporate Governance Mechanismus stehen damit auf dem Prüfstand.

In einem komplexen und dynamischen Umfeld sind exakte Maßgrößen für den Unternehmenserfolg und dessen Ursachen nicht bestimmbar. So stellt sich etwa die Frage, ob neben der Wertsteigerung auch Werte für den Erfolg relevant sind. Wertorientierte Steuerungssysteme können, anders als oft angenommen, auch nicht-finanzielle Faktoren wie Mitarbeiter, Kunden und andere operative Erfolgspotentiale der Unternehmensstrategie, berücksichtigen. Dieser Bezug ist vor allem wegen der Kritik an der erfolgsorientierten Managervergütung wünschenswert. Insbesondere Balanced Scorecard-Modelle lassen dabei auf eine stärkere Orientierung an der weiteren wirtschaftlichen und sozialen Verantwortung der Unternehmen hoffen. Die Praxis zeigt jedoch, dass Probleme der Bestimmung, der Implementierung und der Manipulierbarkeit interner Steuerungsgrößen deren theoretische Überlegenheit zunichte machen können, da die Prozesse für Außenstehende nur schwer nachvollziehbar sind.

In der europäischen Praxis scheint sich eine verstärkte Transparenz der Managervergütung als Instrument zur verbesserten Performance-Orientierung und Legitimation durchzusetzen. Die Vergütung der Top-Manager großer Unternehmen ist keine Privatangelegenheit mehr.

Der internationale Vergleich von Corporate Governance-Systemen zeigt, dass mit einseitigen Shareholder- und Stakeholder-Ansätzen die Dynamik der Entwicklung nicht erklärt werden kann. Die detaillierten Berichtspflichten zu individualisierten Managerbezügen und zur Vergütungspolitik Großbritanniens sind dabei oft Vorbild für Empfehlungen der EU und für Neuregelungen in Deutschland und Schweden. Allerdings verfehlen mehr Aufsichtsregelungen allein ihr Ziel. Für gute Corporate Governance kommt es auch auf den Rat der Akteure, etwa im Aufsichtsrat, an. Konzepte des Strategischen Managements sind eine bessere Basis, auch zur Weiterentwicklung der Beurteilungs- und Belohnungssysteme für Manager.

Schlüsselwörter: Unternehmenserfolg, Managervergütung, Vorstandsvergütung, Transparenz, Balanced Scorecard, Corporate Governance, Strategische Unternehmensführung, Unternehmensethik, Kennzahlensysteme, Corporate Social Responsibility, Pay for Performance, Großbritannien, Deutschland, Schweden

Yasmine Chahed, MSc Law & Accounting (LSE) und Dipl. Kauffrau (FH), ist Doktorandin im Fachbereich Accounting and Finance an der London School of Economics und Mitglied des ESRC Centre for Analysis of Risk and Regulation (CARR), London. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen wertorientierte Steuerungssysteme und Berichterstattung, Corporate Social Responsibility und der Neuregelung von Berichtspflichten in Jahresabschluss und Lagebericht in Europa.

Dr. Hans-Erich Müller ist Professor für Unternehmensführung und Organisation an der FHW-Berlin School of Economics. Er ist Autor zahlreicher Publikationen – zuletzt zu den Themenbereichen Unternehmensstrategie, Outsourcing und Führung.

Rainer Hampp Verlag
München, Mering 2006
EURO 22.80

ISBN 3-86618-063-2
ISBN 978-3-86618-063-5



RI

Yasmine Chahed, Hans-Erich Müller

Unternehmenserfolg und Managervergütung

Unternehmenserfolg und Managervergütung

Ein internationaler Vergleich

Yasmine Chahed, Hans-Erich Müller

Rainer Hampp Verlag