

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Einführung	11
I. Managervergütung, Unternehmenserfolg und Corporate Governance	13
Einleitung	13
1 Unternehmenserfolg	14
1.1 High Performance und Unternehmenspolitik	15
1.2 Zielsystem	18
2 Corporate Governance: Regelungen und Tendenzen	20
2.1 Rahmenbedingungen	21
2.2 Dynamik	26
2.3 Bestimmungsfaktoren	27
3 Corporate Governance und Strategische Unternehmensführung	32
3.1 Wertorientierte Unternehmensführung als Strategiekonzept	32
3.2 Zwischen Marktautonomie und Regulierung	35
3.3 Strategie, Erfolg und Unternehmensverfassung	39
4 Leistung, Erfolg und Vergütung	42
4.1 Variable Vergütung von Führungskräften	42
4.2 Verteilung und Krise	47
5 Schlussfolgerungen	52
II. Unternehmenssteuerung und Erfolgsmessung	55
Einleitung	55
1 Steuerungssysteme – Vom Industrie- zum Informationszeitalter	58
2 Schwächen traditioneller Kennzahlensysteme	61
3 Moderne Kennzahlensysteme – Strategische Ausrichtung im dynamischen Geschäftsumfeld	62
3.1 „Verbesserte“ Steuerungssysteme: Economic Value Added	65
3.2 „Vervollständigte“ Steuerungssysteme: Balanced Scorecard	67

3.2.1	Vom Kennzahlensystem zum Instrument des strategischen Management	69
3.2.2	Stärken und Schwächen der BSC	71
3.2.3	Ausbaufähigkeit der BSC in Richtung CSR	75
4	Schlussfolgerungen	78
III.	Externes Reporting und Managementvergütung – ein internationaler Vergleich	81
	Einleitung	81
1	Die Forderung nach mehr Transparenz bei der Managervergütung	82
2	EU-Empfehlungen zur Transparenz der Managervergütung	85
3	Publizität in Großbritannien	87
4	Publizität in Deutschland	96
	4.1 Freiwillige Offenlegung	97
	4.2 Gesetzliche Offenlegung	101
5	Publizität in Schweden	105
6	Bezugsgrößen in Schweden und Großbritannien	109
7	Schlussfolgerungen	115
	Résumé	117
	Literaturverzeichnis	120

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Corporate Governance im Ländervergleich	24
Abb. 2:	Governance Strukturen im Vergleich	25
Abb. 3:	Dimensionen der Corporate Governance	30
Abb. 4:	Werte, die in Wert-Statements von Unternehmen enthalten sind	34
Abb. 5:	Erwartungen und Zwecke einer Organisation	37
Abb. 6:	Bekenntnis zur Wertorientierung bei börsennotierten Unternehmen in Deutschland	40
Abb. 7:	Typical Executive Compensation Packages, Europe	44
Abb. 8:	Typical Executive Compensation Packages, United States	44
Abb. 9:	Steigerung der Managervergütung von DAX Unternehmen 1998-2004	49
Abb. 10:	Shareholder Value in den USA: Umverteilung zugunsten des Top-Managements	50
Abb. 11:	Formen der wertorientierten Vergütung	56
Abb. 12:	Performance measurement in the industry and the information age	60
Abb. 13:	Grundstruktur eines ISPM-Systems	60
Abb. 14:	Value Driver Tree	64
Abb. 15:	Der EVA im ISPM-System	66
Abb.16:	The Balanced Scorecard links performance measures	68
Abb. 17:	Translating Strategy into Action	70
Abb. 18:	BSC Strategy Map	71
Abb. 19:	Vier Ebenen und drei Dimensionen von CSR	76
Abb. 20:	Bezugsgrößen für die variable Managemententlohnung	80
Abb. 21:	Publizität der Managervergütung in Europäischen Staaten	85
Abb. 22:	Auszüge aus dem britischen Companies Act 1985	92

Abb. 23:	Interrelationship between shareholders and companies with respect to directors' remuneration policy	93
Abb. 24:	Overview of current remuneration elements for executives including Executive Directors	95
Abb. 25:	Die zukünftige Akzeptanz von Kodexempfehlungen ab dem Jahr 2005	100
Abb. 26:	Offenlegung von Managergehältern in Geschäftsberichten 2004 der OMX Stockholm 30	108
Abb. 27:	Angaben zur Vergütungspolitik in Geschäftsberichten 2004 der OMX Stockholm 30	110
Abb. 28:	Angaben zu Bezugsgrößen der kurzfristigen variablen Vergütung in Geschäftsberichten 2004 der OMX Stockholm 30	112
Abb. 29:	Angaben zu Bezugsgrößen der kurzfristigen variablen Vergütung bei ausgewählten Preisträgern des „Business in the Community Awards for Excellence“	114