

## Geleitwort

Frau Bültel greift ohne Zweifel ein hochaktuelles Thema auf, das aus mehreren Gründen neugierig macht; nicht nur wegen der Finanzkrisen in der letzten Zeit, den Firmenpleiten und den spektakulären Vergütungen im Top-Management. Sowohl aus betriebswirtschaftlicher, aber auch aus medienwissenschaftlicher und aus volkswirtschaftlicher Sicht hat das Thema viele interessante Facetten, die es zu untersuchen lohnt. Deshalb interessiert auch die theoretische und die methodische Perspektive, die ein Überschreiten der Grenzbereiche zwischen den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und insbesondere z.B. den Medienwissenschaften erforderlich macht.

Um es vorwegzusagen: die gesamte Darstellung ist als ausgesprochen informativ, illustrativ und wissenschaftlich spannend zu bezeichnen. Ferner ist die inhaltsanalytische Aufbereitung von Medienprominenz von US-Managern ebenso hervorzuheben wie die theoretisch fundierten Ausführungen zum Agenda-Setting, zum Entstehen von Images und Attributionen und die Synopse der bisherigen Forschung zur Medienprominenz.

Hinsichtlich der Vergütung von Top-Managern wird bei Beleuchtung der ökonomischen Perspektive der Stand der internationalen Forschung anschaulich und eingängig rezipiert und aktualisiert. Soweit möglich, werden aber auch empirische Ergebnisse auch aus der politischen Perspektive referiert, wobei zusätzlich und folgerichtig auch die neuere, sozialpsychologische Perspektive aufgegriffen wird.

Ebenfalls ein Genuss zu lesen sind die Ausführungen über die Antezedenzen und Konsequenzen der Reputation von Top-Managern. Zunächst wird die Entstehung personenbezogener Reputation als kommunikatives Problem und als „Imagebegriff“ dargestellt. Sodann werden die wichtigsten Einflussfaktoren wie die Unternehmensperformance, die Anzahl der Aufsichtsratsmandate, die Unternehmensreputation, aber eben auch die Medienberichterstattung und das Impression Management behandelt. Insgesamt wird nachvollziehbar, dass der Einfluss auf die Managementvergütung auf mehreren Säulen beruht. Sicherlich spielt die Beurteilung der Managerleistungen eine wichtige Rolle, die ebenfalls diskutiert wird, wie der mögliche, attributionstheoretische Zusammenhang incl. denkbarer Attributionsverzerrungen und anderer, fundamentaler Attributionsfehler.

Nicht zuletzt nimmt die Autorin zwei aufwendige empirische Untersuchungen vor: Zunächst erfolgt eine Inhaltsanalyse der Presseberichterstattung über Top-Manager. An diese Untersuchung schließt an eine explorative Analyse zum Zusammenhang von Starreputation und Vergütung. Hier wird die Zusammensetzung der Vorstandsvergütung als abhängige Variable betrachtet. Leider konnten aus datentechnischen Gründen nur Vorstandsvorsitzende in die Betrachtung einbezogen werden. Aber ansonsten ist der Verfasserin zu bescheinigen, dass sie

dennoch mit Hilfe von multiplen Regressionsanalysen interessante Ergebnisse zum Zusammenhang zwischen der Starreputation einerseits, der Gesamtvergütung, der Vergütungsdifferenz und der anteiligen Zusammensetzung der Vergütung andererseits gewinnen konnte.

Die Autorin legt eine überaus beeindruckende Arbeit vor. Dies gilt sowohl für die theoretische Basis als auch für die methodische Fundierung. Hinzu kommen qualitative und quantitative empirische Erhebungen, die mit einer immensen Fleißarbeit verbunden waren und auch hier von der bewundernswerten Gründlichkeit von Frau Bültel zeugen.

Es bedarf keiner besonderen Fantasie, um zu betonen, dass die vorliegende Arbeit im Bereich der Managementvergütung eine große Beachtung finden wird. Dies gilt auch für die interdisziplinäre Vorgehensweise und damit für das Überschreiten traditioneller Grenzlinien, wodurch neue Erkenntnisse häufig erst möglich werden. Deshalb wünsche ich dieser Arbeit eine weite Verbreitung. Sie hat es wirklich verdient.

Potsdam, im November 2010

Dieter Wagner