

Bernd Noll | Jürgen Volkert | Niina Zuber

Managermärkte: Wettbewerb und Zugangsbeschränkungen

**Eine institutionen- und
sozioökonomische Perspektive**



Nomos

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Tabellen und Schaubilder	11
Teil A: Einführung	13
Teil B: Globaler Wettbewerb, Märkte und Managerentlohnung	18
1 Globalisierung und Wandel der Wirtschaftsstrukturen	18
2 Gütermärkte	21
2.1 Verschärfter Wettbewerb auf globalen Gütermärkten	21
2.2 Aktions- und Reaktionsmuster der Unternehmen	27
2.3 Konsequenzen für die Konzentrationsentwicklung in der Wirtschaft	35
2.3.1 Wettbewerb und Konzentration: die theoretische Perspektive	35
2.3.2 Konzentration: die empirische Evidenz	41
2.4 Konsequenzen für die Gewinnsituation in der Wirtschaft	50
3 Finanzmärkte	55
3.1 Kapitalmarkt – »Markt der Märkte«	55
3.2 Finanzmarktstrukturen im Wandel	59
3.3 Beziehungs- versus marktorientiertes Finanzsystem?	66
3.4 Von der »Deutschland AG« zum Finanzmarktkapitalismus	74
4 Markt für unternehmerische Kontrolle	85
4.1 Publikumsaktiengesellschaften und Corporate Governance	85
4.2 Der Markt für Unternehmenskontrolle – ein Disziplin- mechanismus für das Management?	88
4.3 Akteure, Transaktionen, Motive und Verteidigungsmaßnahmen	91
4.4 Die praktische Bedeutung öffentlicher Übernahmen	97
4.5 Allokationseffizienz im Markt für Unternehmenskontrolle?	102
4.6 Feindliche Übernahmen und Finanzierungsstrukturen der Unternehmen	104
4.7 Gesetz zur Regulierung von Unternehmensübernahmen	108

5	Markt für Manager und Managerentlohnung	113
5.1	Vorbemerkungen: eine anhaltende öffentliche Debatte	113
5.2.	Der empirische Befund: Fakten zu Niveau und Struktur der Managerentlohnung	114
5.3.	Der Markt für Top-Manager – ein besonderer Markt	119
5.4.	Managergehälter und variable Gehaltsbestandteile	122
5.5.	Ursachen für die kräftigen Gehaltssteigerungen	127
5.5.1.	Managerentlohnung als Ergebnis funktionierender Marktprozesse?	127
5.5.2	Managerentlohnung als Ergebnis von Rent Seeking	129
5.5.3	Managerentlohnung als Ergebnis von Referenzgruppenentlohnung	132
5.5.4	Winner-take-all-Marktmechanismus	134
5.6.	Kriterien für eine angemessene Vergütung von Managern?	135
5.7	Regulierung der Managergehälter	138
5.7.1	Ausgangssituation – das institutionelle Grundgefüge	138
5.7.2	Der Deutsche Corporate Governance-Kodex als Instrument der Selbstverpflichtung der Wirtschaft	140
5.7.3	Das Vorstandsvergütungsoffenlegungsgesetz mit verschärften Transparenzpflichten	141
5.7.4	Vorstandsvergütungsangemessenheitsgesetz und Formulierung materieller Kriterien	141
5.7.5	Würdigung der gesetzgeberischen Aktivitäten	143
5.8.	Fazit und Ausblick	144

Teil C: Zugangsbeschränkungen auf dem Markt für Manager?

Die sozioökonomische Perspektive

147

1	Die Rekrutierung des Spitzenmanagements	148
1.1	Der Markt für Spitzenmanager deutscher Unternehmen – ein globaler Markt?	148
1.2	Anforderungen an das deutsche Spitzenmanagement	152
1.3	Die gesellschaftliche Herkunft als Selektionskriterium	159
1.4	Die Frau – das unbekannte Wesen im deutschen Spitzenmanagement	168
2	Chancen auf unternehmerische Leitungsfunktionen: Voraussetzungen für den Zugang zum Spitzenmanagement	176
2.1	Unternehmerische Karrieren und gesellschaftliche Herkunft	176
2.2	Karrierechancen von Frauen	181

2.3	Strategien für mehr Chancengleichheit und ökonomische Effizienz	190
3	Höhere Bildung: Chancen auf Qualifizierung für das Spitzenmanagement	195
3.1	Die Promotion: Selektionskriterium für den Aufstieg in wirtschaftliche Spitzenpositionen	195
3.2	Hochschulbildung und soziale Herkunft	202
3.3	Hochschulbildung aus einer Gender-Perspektive	205
4	Frühe Barrieren: soziale Selektivität der Schulbildung	210
4.1	Der Erwerb des Hochschulzugangs durch unterschiedliche Bevölkerungsgruppen	210
4.2	Die Bedeutung vorschulischer Bildungs- und Betreuungsangebote	219
4.3	Schulbildungschancen und Geschlecht	224
4.4	Ausblick	225
	Teil D: Top-Manager und Verwirklichungschancen	228
1	Die institutionenökonomische Perspektive	228
2	Die sozioökonomische Perspektive	234
3	Fazit	243
	Literaturverzeichnis	245