

Netzwerke im Top Management: Eine Meta-Analyse zum Einfluss von Netzwerken auf die CEO-Vergütung

Motivation

Welche Faktoren bestimmen die Höhe der CEO-Vergütung? Die Frage nach den Determinanten von CEO-Vergütung wird seit Jahrzehnten intensiv erforscht. Während klassische Studien vor allem auf Unternehmensgröße, Performance oder Corporate-Governance-Strukturen fokussieren, rücken soziale Netzwerke von CEOs zunehmend in den Vordergrund. Über die Verknüpfungen zum Vorstand, Alumni-Verbindungen oder Kontakte in die Politik können CEOs Informationsvorteile, Reputation und Machtressourcen aufbauen, die für Unternehmen von Wert sein können – gleichzeitig bergen diese Netzwerke aber auch Risiken, etwa durch schwächere Kontrolle oder rent-seeking Verhalten.

Die bestehende Forschung zu diesem Thema ist fragmentiert. Studien aus den Bereichen Accounting, Finance und Management haben sich mit Fragen zum Einfluss von Netzwerken und Verbindungen auf die Vergütungshöhe befasst. Ein einheitliches Bild fehlt jedoch bisher. Die zentrale Frage dieser Arbeit lautet daher: Haben Netzwerke von CEOs einen Einfluss auf die Höhe ihrer Vergütung?

Theoretischer Hintergrund

Aus der Perspektive des Sozialkapitals lassen sich Netzwerke als Ressource interpretieren, die individuelle und organisationale Vorteile schafft. Über Aufsichtsrats- oder Vorstandsverflechtungen erweitern CEOs ihr Beziehungsnetzwerk, wodurch sie Zugang zu Informationen, legitimatorischen Ressourcen und Karrieremöglichkeiten erhalten. Unternehmen könnten daher bereit sein, höhere Gehälter an CEOs mit starkem Netzwerk zu zahlen, um diese Vorteile zu internalisieren.

Gleichzeitig weisen Studien auf mögliche negative Effekte hin: Umfangreiche Netzwerke können zu Interessenkonflikten, schwächerer Überwachung oder zur Gefahr des „Managerial Power“-Ansatzes (Bebchuk & Fried 2003) führen. CEOs nutzen ihr Netzwerk dann, um überhöhte Vergütungen durchzusetzen, was eher agency-theoretisch zu interpretieren ist. Die theoretischen Argumente legen somit nahe, dass Netzwerkeffekte sowohl positive (wertsteigernde) als auch negative (rent-seeking) Auswirkungen auf die CEO-Vergütung haben können.

Zielsetzung und Methode

Ziel dieser Arbeit ist es, den Forschungsstand systematisch aufzuarbeiten und quantitativ zu untersuchen. Dazu sollen empirische Studien identifiziert und kodiert werden, die den Zusammenhang zwischen Netzwerken und CEO-Vergütung untersuchen. Anschließend werden die erfassten Daten in einer Meta-Analyse ausgewertet. Diese kann deskriptiv oder durch eine Regression erfolgen.

Basisliteratur

Bebchuk, L. A., & Fried, J. M. (2003). Executive Compensation as an Agency Problem. *Journal of Economic Perspectives*, 17(3), 71–92. <http://doi.org/10.1257/089533003769204362>

- Butler, A. W., & Gurun, U. G. (2012). Educational Networks, Mutual Fund Voting Patterns, and CEO Compensation. *The Review of Financial Studies*, 25(8), 2533–2562. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhs067>
- Horton, J., Millo, Y., & Serafeim, G. (2012). Resources or Power? Implications of Social Networks on Compensation and Firm Performance. *Journal of Business Finance & Accounting*, 39(3–4), 399–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5957.2011.02276.x>