

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	I
Vorwort	IV
Inhaltsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VIII
Abbildungsverzeichnis	X
1 Einleitung	1
1.1 Motivation	1
1.2 Ziele	2
1.3 Struktur	3
2 Literaturüberblick	5
2.1 Prinzipal-Agenten Theorie	6
2.1.1 Adverse Selektion	9
2.1.2 Moral Hazard	10
2.1.3 Lösung des Prinzipal-Agenten-Problems	13
2.2 Managemententlohnung	22
2.2.1 Entlohnung als Anreiz	23
2.2.2 Optimale Entlohnung	27
2.2.3 Entlohnung im Hinblick auf den Wettbewerb	32
2.2.4 Entlohnung als Relative Entlohnung	33
2.3 Soziale Paradigmen	37
2.3.1 Überblick	38
2.3.2 Neid	39

2.4	Empirischer Hintergrund	43
2.5	Forschungsfragen	45
3	Modellierung: Mengenwettbewerb	49
3.1	Grundmodell	49
3.2	Selbst-zentrierte Manager	53
3.2.1	Entscheidungen der Manager	53
3.2.2	Entscheidungen der Anteilseigner	56
3.3	Neidische Manager	58
3.3.1	Entscheidungen der Manager	58
3.3.2	Anzahl der Unternehmen	62
3.4	Optimale Entlohnung	64
3.5	Implikationen	72
4	Modellerweiterung: Preiswettbewerb	74
4.1	Modellerweiterung	74
4.2	Selbst-zentrierte Manager	78
4.2.1	Entscheidungen der Manager	78
4.2.2	Entscheidungen der Anteilseigner	81
4.3	Neidische Manager	83
4.3.1	Entscheidungen der Manager	83
4.3.2	Entscheidungen der Anteilseigner	89
4.4	Implikationen	94
5	Modellerweiterung: Turnierkontrakt	96
5.1	Modellerweiterung	97
5.2	Selbst-zentrierte Manager	99
5.3	Neidische Manager	101
5.4	Implikationen	106
6	Zusammenfassung	108
	Beweise	VIII
	Literaturverzeichnis	XVIII