

Inhaltsverzeichnis

1	Problemstellung, Zielsetzung, Aufbau der Arbeit	1
1.1	Einführung	1
1.2	Problemstellung und Ziele der Arbeit	3
1.3	Aufbau der Arbeit	7
2	Konzeptionelle Grundlagen	11
2.1	Wirtschaftswissenschaftlicher Bezugsrahmen	11
2.1.1	Shareholder-Value-Ansatz und Konzepte	12
2.1.2	Transaktionskostentheorie	16
2.1.2.1	Transaktionskostentheorie im Allgemeinen	17
2.1.2.2	Konstellation zwischen Aktionären und Managern	20
2.1.3	Prinzipal-Agenten-Theorie	21
2.1.3.1	Prinzipal-Agenten-Beziehungen im Allgemeinen	21
2.1.3.2	Konstellation zwischen Aktionären und Managern	24
2.1.4	Stewardship-Theorie	27
2.1.4.1	Prinzipal-Steward-Beziehungen im Allgemeinen	27
2.1.4.2	Konstellation zwischen Aktionären und Managern	28
2.1.5	Exit and Voice-Theorie	29
2.1.5.1	Exit and Voice-Theorie im Allgemeinen	30
2.1.5.2	Konstellation zwischen Aktionären und Managern	36

2.1.6	Zwischenfazit	36
2.2	Sozialwissenschaftlicher Bezugsrahmen	38
2.2.1	Kognitive Ressourcen	38
2.2.1.1	Gedächtnisbildung	38
2.2.1.1.1	Informationsaufnahme	39
2.2.1.1.2	Informationsverarbeitung	40
2.2.1.1.3	Informationsabruf	41
2.2.1.1.4	Bounded Rationality	42
2.2.2	Entscheidungs-/Urteilsbildung	42
2.2.2.1	Heuristiken	43
2.2.2.2	Kognitive/Motivationale Biases	44
2.2.3	Wahrnehmungsprozesse	46
2.2.3.1	Selektive Wahrnehmung	47
2.2.3.2	Framing-Effekte	47
2.2.3.3	Verarbeitung der Identität	48
2.2.3.4	Wahrnehmung von Sozialattributen aus Gesichtern	52
2.2.4	Zwischenfazit	60
3	Eingrenzung Wahlrelevanter Rahmenbedingungen und Strukturen	63
3.1	Corporate Governance-System der USA	65
3.2	Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen	67
3.3	Wirkmechanismen aus Aktionärsrechten	69
3.3.1	Stimmrecht der Aktionäre	69
3.3.2	Wahlmodalitäten	69
3.3.2.1	Ex ante	69
3.3.2.2	Abstimmungs- und Wahlsysteme	71
3.4	Wirkmechanismen auf Leitungs-/Überwachungsebene	74
3.4.1	Board of Directors	74
3.4.1.1	Board-Systeme	74
3.4.1.2	Board-Strukturen	76
3.4.1.3	Board-Aufgaben	77
3.4.1.4	Board-Größe	80
3.4.1.5	Board-Diversity	81
3.4.2	Compensation und Incentives	84
3.5	Wirkmechanismen aus Kapitalentscheidungen	87
3.6	Wirkmechanismen aus Eigentümerstrukturen	90
3.7	Zwischenfazit	94

4	Eingrenzung Wahlrelevanter Eigenschaften der Direktoren	97
4.1	Objektive Eigenschaften	97
4.1.1	Amtszeit	97
4.1.2	CEO-Duality	99
4.1.3	Busyness	100
4.1.4	Expertise	102
4.2	Wahrnehmungsbasierte Eigenschaften	105
4.2.1	Attraktivität	106
4.2.2	Kompetenz	110
4.2.3	Vertrauenswürdigkeit	112
4.2.4	Sympathie	114
4.3	Zwischenfazit	115
5	Entwicklung der Hypothesen	119
5.1	Relevanz wahrgenommener Gesichtsmerkmale	119
5.2	Relevanz individueller Direktorenpopulationen	125
5.3	Relevanz gegebener Rahmenbedingungen der Wahl	127
6	Empirische Untersuchung	131
6.1	Zielsetzungen der empirischen Untersuchung	131
6.2	Methodik	132
6.2.1	Forschungskonzeption	132
6.2.2	Datenbasis	133
6.2.3	Datenerhebung und -verarbeitung	133
6.2.3.1	Phase 1 – Erhebung und Verarbeitung der Porträtfotografien	134
6.2.3.2	Phase 2 – Pre-Testphase	135
6.2.3.3	Phasen 3 und 4 – Erhebung und Verarbeitung der Rating-Daten	135
6.2.3.4	Phase 5 – Erhebung und Verarbeitung der Direktordaten	140
6.2.4	Datenauswertung	140
6.2.4.1	Deskriptive Statistiken	140
6.2.4.2	Induktive Analysen	141
6.3	Modellspezifikation	142
6.3.1	Modellannahmen und Prüfung	143
6.3.2	Endogene Variable ($Dissent_{i,k}$)	145
6.3.3	Exogene Variablen	147
6.3.3.1	Kritische Kernvariablen: Gesichtsmerkmale (Appearance_score _i)	147

6.3.3.2	Kontrollvariablen:	
	Unternehmenserfolgskennzahlen	148
6.3.3.2.1	Bilanzkennzahlen	148
6.3.3.2.2	Kapitalmarktorientierte Kennzahlen	149
6.3.3.2.3	Hybride Kennzahlen	151
6.3.3.3	Direktoren- und Board-Eigenschaften	151
6.3.3.4	Branchen- und Jahreseffekte	156
7	Empirische Ergebnisse	157
7.1	Deskriptive Statistiken	157
7.1.1	Stichprobe: Rater	157
7.1.1.1	Bedingung n_Survey	158
7.1.1.2	Bedingung n_Classroom	160
7.1.1.3	Porträtfotos	162
7.1.1.4	Reliabilität der Rater-Urteile	162
7.1.1.5	Vergleich beider Rater-Bedingungen	164
7.1.2	Stichprobe: Unternehmen	168
7.1.3	Stichprobe: Boards	170
7.1.4	Stichprobe: Direktoren	171
7.1.5	Analysevariablen	171
7.2	Induktive Statistiken	172
7.2.1	Effekte auf Einzelwahrnehmungsdimension	172
7.2.1.1	Effekte Attractiveness – Modell M_A	174
7.2.1.2	Effekte Competence – Modell M_C	178
7.2.1.3	Effekte Trustworthy – Modell M_T	183
7.2.1.4	Effekte Likeable – Modell M_L	188
7.2.1.5	Zusammenfassung der Ergebnisse auf Einzeldimension	192
7.2.2	Effekte Gesamterscheinungsbild – Modell Appearance (M_{App})	193
7.2.3	Stichprobencluster auf individueller Direktorenebene	198
7.2.4	Stichprobencluster Rahmenbedingungen der Wahl	200
7.3	Endogenitätskontrollen	202
7.4	Bewertung und Diskussion der Ergebnisse	204
7.4.1	Forschungsfrage 1	204
7.4.2	Forschungsfrage 2	205
7.4.3	Forschungsfrage 3	208
7.4.4	Forschungsfrage 4	209

Inhaltsverzeichnis	XI
<hr/>	
7.4.5 Forschungsfrage 5	210
7.4.6 Zusammenfassung der Ergebnisse	211
7.4.7 Einordnung der Ergebnisse in den Forschungsstand	213
7.4.8 Limitationen der Untersuchung	214
8 Schlussbetrachtungen und Ausblick	217
Literaturverzeichnis	223