

'Media veroorzaken topsalarissen'

Exhibitionistische zelfverrijking is te wijten aan de mediagekte rondom topsalarissen, stelt Jordan Otten van de Rotterdam School of Management.

AMSTERDAM

...

De media hebben toch voor transparantie gezorgd in wat vroeger in achterkamertjes werd beslist?

'Transparantie *an sich* zorgt niet voor matiging. Het heeft juist een denivelenderend effect gehad. De media kijken niet zozeer naar de veelverdiener, maar vooral naar de bekendheid van de organisatie waar hij werkt. De Heinekens en Shells. Andere bedrijven gaan zich daar aan spiegelen. Zo zijn de topsalarissen bij kleinere bedrijven sterk gestegen.'

Maar bestuurders weten toch goed welk salaris marktconform is?

'Ja, maar wat doen ze daarmee? Uit mijn onderzoek blijkt dat topmanagers en commissarissen zeer geïnteresseerd zijn in dit soort informatie. Die wordt gebruikt bij het vaststellen van salarissen. Het drijft ze omhoog.'

Werd u gedreven door woede?

'Nee. Wel vroeg ik me steeds af als er weer zo'n bozige krantenkop was over een 'disproportioneel hoge beloning' waarom dat zo was. Hoe stel je vast of een salaris buitensporig hoog is? Wie bepaalt dat? Een relatief bescheiden salaris van vijftien bij een klein bedrijf kan disproportioneel zijn dan de miljoenen van bijvoorbeeld Jeroen van der Veer bij Shell.'

Hoe stel je vast of een bestuurs-salaris wél passend is?

'Lastig. Je kunt verschillende criteria gebruiken, zoals creatie van aandeelhouderswaarde of toegevoegde waarde. Maar opmerkelijk genoeg blijkt er eigenlijk geen relatie te bestaan tussen de prestatie van een onderneming en de beloning van het bestuur. Omvang blijft de belangrijkste determinant voor de hoogte.'

Die media-aandacht is natuurlijk gedreven door oppervlakkigheid.

'Die aandacht wordt getriggerd door bekendheid van een bedrijf. Geen verwijt, maar een feit. De vraag is of je daarop beleid kunt baseren.' ●

▶ Follow the Money: www.ftm.nl

