



Naresh Bansal, Kissan Joseph, Minghui Ma, M. Babajide Wintoki

**Do CMO Incentives Matter? An Empirical
Investigation of CMO Compensation and Its Impact
on Firm Performance.**

Seit 1976 beschäftigt sich ein ZUMA-Forschungsprojekt mit den Möglichkeiten, Verfahren der psychophysischen Skalierung auf die Messung von Einstellungen in Befragungen zu übertragen. Die bisherigen Ergebnisse sind vielversprechend. Insbesondere die sog. Magnitude-Skalierung scheint als ernsthafte Alternative für herkömmliche Methoden in Frage zu kommen. Die Arbeit gibt eine an den Nicht-Fachmann gerichtete Einführung in den Problemkreis (Grundlagen, Anwendung). (AR2)