

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort.....	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XVII
Abbildungsverzeichnis	XIX
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Forschungsfragen	1
1.2 Ziel der Untersuchung	7
1.3 Gang der Untersuchung	8
2 Familienunternehmen	11
2.1 Volkswirtschaftliche Bedeutung und Definition von Familienunternehmen	12
2.1.1 Volkswirtschaftliche Bedeutung von Familienunternehmen in Deutschland.....	12
2.1.2 Dichotome Definitionsansätze	18
2.1.3 Kontinuierliche Definitionsansätze	22
2.2 Entwicklung und aktueller Stand der Forschungsrichtung	26
2.2.1 Anfänge der Familienunternehmensforschung	26
2.2.2 Einzigartigkeit von Familienunternehmen	29
2.2.3 Vielfalt von Familienunternehmen	31
2.3 Schlussfolgerungen	37
3 Erfolg von Familienunternehmen	39
3.1 Theoretischer Bezugsrahmen.....	40
3.1.1 Theoretische Vorüberlegungen	41
3.1.2 Der ressourcenbasierte Ansatz zur Erklärung von Performance- Unterschieden	46
3.2 Ergebnisse bisheriger empirischer Untersuchungen zur Performance von Familienunternehmen	52
3.2.1 Wesentliche Einflussfaktoren der Performance-Analyse	53
3.2.2 Performance-Unterschiede zwischen Familien- und Nichtfamilienunternehmen	55
3.2.3 Performance-Unterschiede zwischen Familienunternehmen.....	69
3.3 Kritische Würdigung bestehender Performance-Studien	75
3.3.1 Repräsentativität	75
3.3.2 Vergleichbarkeit.....	77

3.3.3	Vollständigkeit	79
3.4	Schlussfolgerungen	81
4	Zielorientierung von Familienunternehmen	85
4.1	Theoretischer Bezugsrahmen	86
4.1.1	Die verhaltensorientierte Theorie der Unternehmung	87
4.1.2	Die Stakeholder-Theorie	92
4.2	Definition und Abgrenzung der Zielorientierung	95
4.2.1	Handlungsebenen der Unternehmensführung	96
4.2.2	Definition und Abgrenzung der Zielorientierung	98
4.3	Aktueller Stand der Forschung zu den Komponenten der Zielorientierung in Familien- und Nichtfamilienunternehmen	101
4.3.1	Unternehmensphilosophie	101
4.3.2	Unternehmensziele	106
4.3.3	Stakeholder	115
4.3.4	Kritische Würdigung	119
4.4	Schlussfolgerungen	121
5	Hypothesen	125
5.1	Dimensionen der Zielorientierung	125
5.1.1	Vorüberlegungen	126
5.1.2	Finanzielle und nicht-finanzielle Zielorientierung	128
5.2	Zusammenhang zwischen Familieneinfluss und Zielorientierung	131
5.2.1	Zielorientierung im Hinblick auf die wesentlichen Stakeholder	132
5.2.1.1	Hauptanteilseigner-/Familien-Zielorientierung	133
5.2.1.2	Mitarbeiter-Zielorientierung	136
5.2.1.3	Kunden-Zielorientierung	140
5.2.1.4	Gesellschaftliche- Zielorientierung	142
5.2.2	Finanzielle und nicht-finanzielle Zielorientierung	144
5.3	Zusammenhang zwischen Familieneinfluss, Zielorientierung und Unternehmenserfolg	148
5.3.1	Vorüberlegungen	149
5.3.2	Finanzielle Zielorientierung und Unternehmenserfolg	150
5.3.3	Nicht-finanzielle Zielorientierung und Unternehmenserfolg	152
5.3.4	Familieneinfluss, Zielorientierung und Unternehmenserfolg	158
5.4	Schlussfolgerungen	159
6	Methoden	163
6.1	Untersuchungsdesign und Datenerhebung	163
6.1.1	Forschungsdesign	163
6.1.2	Gestaltung des Erhebungsinstruments	167
6.1.3	Soziale Erwünschtheit	171
6.1.4	Pre-Test	172
6.1.5	Auswahl der Population	174

6.1.6	Durchführung der Datenerhebung	175
6.2	Beurteilung der Datenbasis.....	177
6.2.1	Verwertbarkeit der gewonnenen Daten	177
6.2.2	Repräsentativität des Datensatzes	179
6.2.3	Test des Datensatzes auf systematische Verzerrungen.....	182
6.2.3.1	Nonresponse-bias.....	183
6.2.3.2	Channel-bias	184
6.2.3.3	Informant-bias	185
6.2.3.4	Common-method-bias	186
6.2.4	Umgang mit fehlenden Werten	189
6.3	Auswahl der statistischen Verfahren zur Datenanalyse.....	190
6.3.1	Faktorenanalyse	190
6.3.2	Regressionsanalyse	192
6.4	Operationalisierung der Variablen.....	197
6.4.1	Gütekriterien der Messung.....	197
6.4.2	Unternehmenserfolg.....	200
6.4.3	Unabhängige Variablen	203
6.4.3.1	Familieneinfluss.....	203
6.4.3.2	Zielorientierung	205
6.4.4	Kontrollvariablen	215
6.5	Schlussfolgerungen	217
7	Empirische Ergebnisse.....	219
7.1	Deskriptive Statistik.....	219
7.1.1	Allgemeine Unternehmenseigenschaften.....	219
7.1.2	Familieneinfluss	223
7.1.3	Zielorientierung.....	226
7.2	Multivariate Statistik	234
7.2.1	Interpretation der multivariaten Ergebnisse.....	234
7.2.2	Zusammenhang zwischen Familieneinfluss und Zielorientierung	236
7.2.2.1	Hauptanteilseigner-/Familien-Zielorientierung	236
7.2.2.2	Mitarbeiter-Zielorientierung	239
7.2.2.3	Kunden-Zielorientierung	241
7.2.2.4	Gesellschaftliche- Zielorientierung	242
7.2.2.5	Finanzielle und nicht-finanzielle Zielorientierung	244
7.2.3	Zusammenhang zwischen Familieneinfluss, Zielorientierung und Unternehmenserfolg.....	247
7.2.3.1	Finanzielle Zielorientierung und Unternehmenserfolg.....	247
7.2.3.2	Nicht-finanzielle Zielorientierung und Unternehmenserfolg	250
7.2.3.3	Familieneinfluss, Zielorientierung und Unternehmenserfolg.....	253
7.3	Schlussfolgerungen	259
8	Schlussbetrachtungen.....	263
8.1	Zusammenfassende Diskussion und Beitrag der Untersuchung.....	263

8.1.1	Zusammenfassung der konzeptionellen und methodischen Details	264
8.1.2	Diskussion der Untersuchungsergebnisse.....	267
8.1.2.1	Dimensionen und Komponenten der Zielorientierung	267
8.1.2.2	Zusammenhang zwischen Familieneinfluss und Zielorientierung	274
8.1.2.3	Zusammenhang zwischen Familieneinfluss, Zielorientierung und finanziellem Unternehmenserfolg	280
8.2	Implikationen für Wissenschaft und Praxis	283
8.2.1	Implikationen für die Wissenschaft	283
8.2.2	Implikationen für die Praxis.....	288
8.3	Limitationen und weiterer Forschungsbedarf.....	289
9	Anhang.....	295
9.1	Statistischer Anhang	296
	Literaturverzeichnis.....	301

Zielorientierung deutscher Familienunternehmen

Der Zusammenhang zwischen Familieneinfluss,

Zielorientierung und Unternehmenserfolg

von Stietencron, J.-P.

2013, XIX, 366 S. 31 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00825-3