

Inhalt

1.	Einführung	1
1.1.	Problemstellung und Relevanz des Themas	2
1.2.	Forschungsanlass	3
1.3.	Forschungsziel	4
1.4.	Forschungsfrage.....	5
2.	Begriffsklärung und Grundlagen.....	6
2.1.	Familienunternehmen.....	6
2.1.1.	Definition von Familienunternehmen	6
2.1.2.	Wachstumskritische Strategien und Merkmale von Familienunternehmen.....	7
2.2.	Wachstum	8
2.2.1.	Indikatoren des Wachstums.....	9
2.2.2.	Determinanten des Wachstums	9
2.2.3.	Arten des Wachstums.....	12
2.2.4.	Wachstumstheorien	13
3.	Methodik: Fallstudienbasierte Grounded Theory	18
3.1.	Methodenauswahl	18
3.2.	Qualitativer Ansatz	22
3.2.1.	Datenerhebung	23
3.2.2.	Auswertungsprozess- Kodierung	23
3.3.	Quantitativer Ansatz	24
3.3.1.	Datensatz.....	24
3.3.2.	Berechnungsmethodik	25
3.4.	Stichprobe	27
3.4.1.	Auswahl der Fallunternehmen	27
3.4.2.	Chemische Industrie	30
3.4.3.	Merck KGaA.....	31
3.4.4.	B.BRAUN Melsungen AG	32
3.4.5.	Henkel AG & Co. KGaA	33
3.4.6.	Robert Bosch GmbH.....	33

4. Qualitative Analyse.....	35
4.1. Offene Kodierung	35
4.2. Axiale Kodierung	36
4.2.1. Expansionsrichtung und Produktspektrum	36
4.2.2. Akquisitionen und Desinvestments	39
4.2.3. Internationalisierung.....	41
4.2.4. Zusammenfassung der Kategorien	45
4.3. Selektive Kodierung.....	48
4.3.1. Phaseneinteilung	49
4.3.2. Zusammenfassung der Phasenanalyse	51
4.4. Ergebnisse des Kodierungsprozesses in Hypothesenform.....	59
5. Quantitative Analyse	61
5.1. Datengrundlage	61
5.2. Ergebnisse der quantitativen Analyse in Hypothesenform.....	62
5.2.1. Allgemeine Hypothesen	62
5.2.2. Phasenspezifische Hypothesen der ersten Generation	64
5.2.3. Phasenspezifische Hypothesen späterer Generationen	72
6. Zusammenfassung der qualitativen und quantitativen Analyse	78
7. Limitationen	80
7.1. Wissenschaftliche Güte von Fallstudien	80
7.2. Wissenschaftliche Güte der Grounded Theory	81
7.3. Herausforderungen im Forschungsprozess.....	83
8. Strategische Implikationen und Handlungsempfehlungen	84
9. Weitere Forschungsansätze	86
10. Fazit	89
Anhang 1- Unternehmensdossiers	93
Anhang 2- Deutschlands 50 größte Familienunternehmen 2014.....	111
Anhang 3- Rangfolge der chemischen Unternehmen 2013.....	112
Anhang 4- Herleitung der Wachstumstreiber der Phasen	113
Anhang 5- Weiterführende Tabellen	149
Literatur	177

Wachstum von Familienunternehmen
Ein Grounded-Theory-Ansatz zur Identifikation
wesentlicher Wachstumstreiber

K.C. Seibold, L.

2017, XIII, 188 S. 6 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16577-2