Inhaltsverzeichnis

Geleitwort V
Vorwort VII
Inhaltsverzeichnis IX
Abbildungsverzeichnis XIII
Tabellenverzeichnis XV
Abkürzungsverzeichnis XVII
Anhang XIX
1 Motivation und Zielsetzung 1
2 Theorien und Konzepte der Familienunternehmung 5
2.1 Mikroökonomische Ansätze 6
2.1.1 Allgemeines neoklassisches Marktmodell 6
2.1.2 Die Irrelevanz der Kapitalstruktur nach Modigliani/Miller 9
2.1.3 Das Spulber Modell 9
2.1.4 Fazit 10
2.2 Allgemeine Theorien der Unternehmung 11
2.2.1 Transaktionskostentheorie 13
2.2.2 Prinzipal-Agenten-Theorie 15
2.2.3 Property Rights-Ansatz 18
2.2.4 Fazit 19
2.3 Spezifische Konzepte der Familienunternehmung 20
2.3.1 Trennung von Eigentum und Verfügungsgewalt 22
2.3.2 „Components of Involvement“-Ansatz 25
2.3.3 „Essence“-Ansatz 28
2.3.4 Die F-PEC-Skala 29
2.3.5 Stewardship-Theorie 31
2.3.6 Fazit 34
2.4 Implikationen für den weiteren Verlauf der Arbeit 35
3 Familienunternehmen und deren Performance – eine Meta-Analyse 37
3.1 Familienunternehmen im Fokus der Forschung 38

3.1.1 Theorie der Familienunternehmung ... 39
3.1.2 Das Definitionsdilemma ... 40
3.1.3 Performance von Familienunternehmen ... 43
3.2 Theoretische Zusammenhänge und Herleitung der Hypothesen ... 46
3.2.1 Familieneinfluss und Governance-Strukturen ... 46
3.2.1.1 Der Eigentumsanteil als entscheidende Variable ... 47
3.2.1.2 Aktiver Familieneinfluss über formelle Governance-Strukturen ... 50
3.2.1.2.1 Familienmanagement als entscheidende Variable ... 51
3.2.1.2.2 Einfluss der Familie durch ein Kontrollorgan ... 54
3.2.1.3 „Familiness" und familienspezifische Eigenschaften ... 55
3.2.2 Gruppierungscharakteristika und deren Einfluss ... 56
3.2.2.1 Performancemaß als differenzierendes Charakteristikum ... 57
3.2.2.1.1 Marktwertbasierte Performancekennzahlen ... 58
3.2.2.1.2 Bilanzielle Performancekennzahlen ... 59
3.2.2.1.3 Wachstumsorientierte Performancekennzahlen ... 60
3.2.2.1.4 Selbsteinschätzung der Performance durch das Unternehmen ... 61
3.2.2.2 Rechtliche und politische Rahmenbedingungen ... 62
3.2.2.3 Unternehmensgröße ... 63
3.2.2.3.1 Kleine und mittelständische Unternehmen ... 63
3.2.2.3.2 Konzerne und börsennotierte Unternehmen ... 64
3.2.2.4 Publikationsstatus ... 66
3.3 Methode und Auswertung ... 66
3.3.1 Die Methode der Meta-Analyse ... 67
3.3.1.1 Publication Bias ... 68
3.3.1.2 Korrektur von Artefakten ... 70
3.3.1.3 Die Logik der Gewichtung von Studien ... 70
3.3.1.4 Der Umgang mit und die Beurteilung von Heterogenität ... 71
3.3.2 Auswertung und Ergebnisse ... 73
3.3.2.1 Selektion und Kategorisierung der Stichprobe ... 74
3.3.2.2 Beschreibung der inkludierten Studien ... 78
3.3.2.3 Schätzmodell und Analyse ... 89

3.3.2.3.1 Untersuchung der Gruppierungscharakteristika bei aggregiertem Familieneinfluss auf ein aggregiertes Performancemaß ... 92

3.3.2.3.2 Untersuchung des spezifischen Familieneinflusses auf ein aggregiertes Performancemaß ... 95

3.3.2.3.3 Untersuchung des spezifischen Familieneinflusses auf spezifische Performancemaße ... 103

3.3.2.4 Diskussion der Ergebnisse ... 106

3.4 Zusammenfassung und kritische Würdigung ... 108

4 Beitrag zur wissenschaftlichen Bestimmung und Abgrenzung des Familienunternehmens ... 111

4.1 Bestehende Konstrukte zur Heterogenität von Familienunternehmen ... 111

4.1.1 Typologie von Dyer (2006): Agency-Perspektive und Resource-Based-View ... 112

4.1.2 Governance-Mechanismen in Abhängigkeit von Eigentums- und Management-Struktur nach Nordqvist et al. (2014) ... 115

4.1.3 Das konzeptionelle und empirische Modell von Westhead und Howorth (2007): Eigentum, Management und Zielsetzung des Familienunternehmens ... 117

4.1.4 Kritische Würdigung bestehender Typisierungen ... 122

4.2 Theoretisches Konzept ... 124

4.3 Methode und Auswertung ... 125

4.3.1 Beschreibung des Datensatzes ... 125

4.3.2 Die Methode der Clusteranalyse ... 128

4.3.2.1 Auswahl der Variablen ... 129

4.3.2.2 Identifikation von Ausreißern ... 130

4.3.2.3 Clusterbildung nach einem agglomerativ hierarchischen Verfahren ... 132

4.3.2.4 Clusterbildung nach einem partitionierenden Verfahren ... 134

4.3.3 Diskriminanz-Analyse ... 134

4.3.4 Beschreibung der Cluster und Diskussion der Ergebnisse ... 136

4.4 Zusammenfassung und kritische Würdigung ... 142

5 Empirische Überprüfung des Einflusses der identifizierten Familienunternehmenstypen auf die Unternehmensperformance ... 145

5.1 Beschreibung der Variablen und deskriptive Statistik ... 146

5.2 Ergebnisse der Regressionsanalyse 150
5.3 Interpretation der Ergebnisse und Ausblick 154
6 Schlussbetrachtung 157
6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse 158
6.2 Kritische Würdigung 160
6.3 Ausblick 161
Literaturverzeichnis 163
Anhang 195

http://www.springer.com/978-3-658-18954-9

Familieneinfluss und Unternehmenserfolg
Wirsching, K.
2017, XIX, 231 S. 9 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-18954-9