

Inhaltsverzeichnis

1	Problemstellung der Untersuchung.....	1
1.1	Einleitung	1
1.2	Begründung der Forschungslücke.....	4
1.2.1	Analyse der Werke	5
1.2.2	Zusammenfassung der Analyse.....	11
1.3	Problemstellung.....	13
1.4	Theoretisch-konzeptionelle Vorgehensweise	16
2	Das Familienunternehmen.....	19
2.1	Besonderheiten von Familienunternehmen.....	20
2.1.1	Annäherung an die Unternehmensform.....	20
2.1.2	Werte in Familienunternehmen	26
2.1.3	Konflikte in Familienunternehmen	29
2.1.4	Paradoxien in Familienunternehmen	31
2.2	Entwicklungsstufen von Familienunternehmen.....	36
2.2.1	Das Gründungs-/Pionierunternehmen	37
2.2.2	Auswirkungen des Größenwachstums	42
2.2.3	Die zweite Generation.....	44
2.2.4	Die dritte Generation.....	48
2.2.5	Das Mehr-Generationen Familienunternehmen	51
2.2.6	Die Entwicklungsstufen im Überblick	54
2.3	Das Konzept der Familiness und der Enterpriseness	60
2.3.1	Familiness in Familienunternehmen	61
2.3.2	Enterpriseness in Unternehmerfamilien.....	66
2.3.2.1	Begriffsbestimmung von Enterpriseness.....	67
2.3.2.2	Die Family Governance als Form der Enterpriseness.....	74
2.4	Die Nachfolge in Familienunternehmen.....	77
2.4.1	Die Nachfolge und deren Einfluss auf die Nachkommen	79
2.4.2	Einflüsse auf die Nachfolgeentscheidung.....	84
2.4.2.1	Die Nachfolge hinderliche Faktoren	87
2.4.2.2	Die Nachfolge förderliche Faktoren	96
2.5	Das Familienunternehmen als Sozialisationskontext	105
2.5.1	Heranführung an die Sozialisation.....	106
2.5.1.1	Annäherung an den Begriff Sozialisation.....	106
2.5.1.2	Die Erziehung.....	109
2.5.1.3	Die primäre Sozialisation	111

2.5.2	Das Familienunternehmen als Sozialisationskontext	122
2.5.2.1	Beeinflussung der Nachkommen durch die Unternehmereltern	129
2.5.2.2	Beeinflussung der Nachkommen durch das Unternehmen	136
2.5.2.3	Einflüsse auf die Lebenswelt der Unternehmerkinder	145
2.5.2.4	Einflüsse auf die Identität der Unternehmerkinder	151
2.5.2.5	Betrachtungshorizont der Sozialisation für diese Arbeit	156
2.6	Schlussbetrachtung Kapitel 2	158
3	Theorieteil	167
3.1	Die Systemtheorie	168
3.1.1	Soziale Systeme	168
3.1.1.1	Kommunikation in der Systemtheorie	169
3.1.1.2	Interaktionen	170
3.1.1.3	Organisationen	171
3.1.2	Psychische Systeme	175
3.1.3	Strukturelle Kopplung	176
3.2	Der Symbolische Interaktionismus	177
3.2.1	Kommunikation im Symbolischen Interaktionismus	177
3.2.2	Die Formung der Identität	179
3.3	Die Rollentheorie	182
3.3.1	Charakteristika von (sozialen) Rollen	182
3.3.2	Entstehung und Beeinflussung von Rollen	185
3.3.2.1	Werte und Normen	185
3.3.2.2	Erwartungen	188
3.3.2.3	Rollen als dynamische Gebilde	189
3.4	Exkurs: Zusammenführung der Theorien	192
3.4.1	Annäherung Symbolischer Interaktionismus an Systemtheorie	192
3.4.2	Bildung eines einheitlichen Verständnisses von Kommunikation	193
3.4.3	Verknüpfung vom Formbegriff Person mit dem me der Identität	200
3.4.3.1	Der Formbegriff Person	200
3.4.3.2	Die Formung der Identität	202
3.4.3.3	Die Entstehung von Identität in sozialen Systemen	205
3.5	Das Mehrebenen-Modell nach Bronfenbrenner	209
3.6	Schlussbetrachtung Kapitel 3	215
4	Implikationen der Erkenntnisse für das Untersuchungsgebiet	217
4.1	Das Familienunternehmen aus systemtheoretischer Perspektive	218
4.1.1	Nutzen der Systemtheorie	218
4.1.2	Systemtheoretische Betrachtung der Familie	221

4.1.2.1 Die Familie im Wandel	221
4.1.2.2 Die Familie als soziales System.....	223
4.1.3 Systemtheoretische Erschließung von Familienunternehmen	230
4.1.3.1 Das Familienunternehmen als zwei strukturell gekoppelte Systeme	231
4.1.3.2 Auswirkungen der strukturellen Kopplung.....	235
4.1.3.3 Auswirkungen der Kontext-Vermischung	242
4.2 Veränderung der strukturellen Kopplung anhand des Mehrebenen-Modells	246
4.2.1 Darstellung der strukturellen Kopplung anhand des Mehrebenen-Modells.....	247
4.2.2 Wandel der Enterpriseness	251
4.2.3 Exkurs: Evolution der Unternehmerfamilie.....	254
4.3 Die Sozialisation von Nachkommen aus Familienunternehmen	257
4.3.1 Die Identitätsbildung von Unternehmerkindern	257
4.3.2 Das Familienunternehmen als Sozialisationskontext	261
4.4 Schlussbetrachtung Kapitel 4	268
4.4.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	268
4.4.2 Relevanz der Ergebnisse.....	278
4.4.3 Weiterführende Fragen.....	280
5 Literaturverzeichnis	281

Das Familienunternehmen als Sozialisationskontext für
Unternehmerkinder

Caspary, S.

2018, XX, 325 S. 13 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-20256-9