

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort.....	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
1 Einleitung.....	1
1.1 Stand der Forschung und Problemstellung.....	1
1.1.1 Stand der Familienunternehmensforschung.....	1
1.1.2 Unternehmensnachfolge und Emotionen in Familienunternehmen.....	10
1.2 Wissenschaftstheoretische Grundannahmen.....	17
1.2.1 Die Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft.....	17
1.2.2 Erkenntnisgewinn im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre.....	19
1.2.3 Die systemisch-konstruktivistische Perspektive.....	22
1.2.3.1 Kybernetische Systemtheorie.....	24
1.2.3.2 Konstruktivistische Systemtheorie.....	26
1.2.3.3 Radikaler Konstruktivismus.....	29
1.2.3.4 Sozialer Konstruktivismus.....	30
1.2.4 Implikationen für die vorliegende Arbeit.....	31
1.3 Zielsetzung und Forschungsfragen.....	34
1.4 Forschungskonzeption und methodischer Aufbau.....	36
2 Wirkungsgefüge und Vielfalt von Emotionen.....	39
2.1 Emotionen: Begriffe und Grundelemente.....	39
2.1.1 Begriffe.....	40
2.1.2 Zentrale Elemente von Emotionen.....	42
2.2 Das Wirkungsgefüge von Emotionen.....	46
2.2.1 Emotionen auf intrapersoneller Ebene.....	49
2.2.2 Emotionen auf interpersoneller Ebene.....	52
2.2.3 Vereinigung der Betrachtungsvielfalt.....	57
2.3 Ausprägungen und Auswirkungen von Emotionsformen.....	60
2.4 Über den Umgang mit Emotionen.....	66
2.4.1 Umgang mit Emotionen aus der Sicht der Betroffenen.....	66
2.4.2 Aus der Sicht des Beobachtenden.....	69
3 Unternehmensnachfolge in Familienunternehmen.....	73
3.1 Familienunternehmensdefinition in der vorliegenden Arbeit.....	73
3.2 Eigenschaften von Familienunternehmen.....	76
3.2.1 Die zwei Subsysteme Familie und Unternehmen.....	76
3.2.2 Unterschiedliche Zielsetzungen.....	79
3.2.3 Stärken und Schwächen von Familienunternehmen.....	83

3.3	Die Rolle des Unternehmers in Familienunternehmen.....	87
3.3.1	Begriffe und die Rolle des Unternehmers im Allgemeinen	87
3.3.2	Der Unternehmer im Kontext Familienunternehmen.....	88
3.3.2.1	Der Unternehmer als psychisches System (A).....	91
3.3.2.2	Der Unternehmer und seine interpersonellen Beziehungen (B).....	95
3.3.2.3	Der Unternehmer und das Subsystem Familie (C).....	97
3.3.2.4	Der Unternehmer und das Unternehmen (D)	99
3.3.2.5	Der Unternehmer und die Umwelt des Familienunternehmens (E) .	100
3.4	Die Gestaltung der Unternehmensnachfolge.....	101
3.4.1	Die Unternehmensübertragungsformen.....	102
3.4.2	Komplexität durch Vielfalt von Fragestellungen	106
3.4.3	Die Unternehmensnachfolge als Prozess.....	109
3.4.4	Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren im Nachfolgeprozess	113
3.5	Die Unternehmensnachfolge aus der Sicht des Übergebers.....	120
4	Bezugsrahmen der vorliegenden Arbeit.....	125
5	Methodik und Konzeption des empirischen Zugangs	131
5.1	Der Umgang mit der Empirie.....	131
5.2	Der Einsatz von Fallstudien im Allgemeinen.....	134
5.3	Erschließung der Fallstudien in der Arbeit.....	137
5.3.1	Prozessgestaltung der Untersuchung.....	137
5.3.2	Dokumentation und Aufbereitung der Fallstudien	143
5.4	Interpretation der Fallstudien.....	145
5.4.1	Schritt I: Rahmenbedingungen der Unternehmensnachfolge.....	147
5.4.2	Schritt II: Herausforderungen im Nachfolgeprozess	147
5.4.3	Schritt III: Emotionen und deren Rolle im Nachfolgeprozess	148
5.4.4	Schritt IV: Fallübergreifende Betrachtung	150
6	Fallstudienanalyse	153
6.1	Einzelfallstudie A: Bauunternehmen.....	153
6.1.1	Rahmenbedingungen der Unternehmensnachfolge.....	153
6.1.2	Herausforderungen im Nachfolgeprozess	160
6.1.2.1	Herausforderung I: Integration von Mitarbeitenden.....	160
6.1.2.2	Herausforderung II: Fehlerhafte Personalentscheidung	162
6.1.2.3	Herausforderung III: Integration des neuen Unternehmens	162
6.1.2.4	Herausforderung IV: Wahl des Nachfolgers	163
6.1.3	Emotionen im Nachfolgeprozess.....	165
6.1.3.1	Emotionen während der Herausforderung I	166
6.1.3.2	Emotionen während der Herausforderung II	169
6.1.3.3	Emotionen während der Herausforderung III.....	169
6.1.3.4	Emotionen während der Herausforderung IV	171
6.1.4	Die Bedeutung der Emotionen im Nachfolgeprozess.....	173
6.2	Einzelfallstudie B: Generalunternehmen.....	178
6.2.1	Rahmenbedingungen der Unternehmensnachfolge	178
6.2.2	Herausforderungen im Nachfolgeprozess	185
6.2.2.1	Herausforderung I: Eintritt ins Unternehmen.....	185
6.2.2.2	Herausforderung II: Erreichen von Umsatzzielen.....	187

6.2.2.3	Herausforderung III: Definition von Zukunftsvarianten	188
6.2.2.4	Herausforderung IV: Organisation und Besetzung von MBO	190
6.2.3	Emotionen im Nachfolgeprozess.....	193
6.2.3.1	Emotionen während der Herausforderung I	193
6.2.3.2	Emotionen während der Herausforderung II	195
6.2.3.3	Emotionen während der Herausforderung III.....	197
6.2.3.4	Emotionen während der Herausforderung IV	198
6.2.4	Die Bedeutung der Emotionen im Allgemeinen.....	201
6.3	Einzelfallstudie C: Bildungsunternehmen	205
6.3.1	Rahmenbedingungen der Unternehmensnachfolge	205
6.3.2	Herausforderungen im Nachfolgeprozess	212
6.3.2.1	Herausforderung I: Veränderte Rahmenbedingungen	212
6.3.2.2	Herausforderung II: Geld oder Beziehung zu den Mitarbeitenden ..	213
6.3.2.3	Herausforderung III: Bestimmung des definitiven Nachfolgers	214
6.3.2.4	Herausforderung IV: Verzichtserklärung der Mitarbeitenden.....	215
6.3.2.5	Herausforderung V: Vorsorgeregelung	216
6.3.2.6	Herausforderung VI: Verwaltungsratsmandat und Mitarbeit	217
6.3.3	Emotionen im Nachfolgeprozess.....	220
6.3.3.1	Emotionen während der Herausforderung I	221
6.3.3.2	Emotionen während der Herausforderung II	221
6.3.3.3	Emotionen während der Herausforderung III	222
6.3.3.4	Emotionen während der Herausforderung IV	223
6.3.3.5	Emotionen während der Herausforderung V	223
6.3.3.6	Emotionen während der Herausforderung VI	224
6.3.4	Die Bedeutung der Emotionen im Allgemeinen.....	227
6.4	Fallübergreifende Abschlussbetrachtung	231
7	Erkenntnisse und kritische Würdigung	241
7.1	Geltungsbegründung von Daten und Interpretation	241
7.2	Zusammenfassung	245
7.3	Handlungsempfehlungen und Ausblick.....	249
7.4	Kritische Würdigung	254
8	Literaturverzeichnis	259
9	Glossar	291
10	Anhang	293
Anhang I:	Quantitative Bedeutung der Unternehmensnachfolge	293
Anhang II:	Bedeutung der Übertragungsformen.....	295
Anhang III:	Überblick einzelner Prozessphasen-Modelle.....	296
Anhang IV:	Interviewverzeichnis.....	299
Anhang V:	Interviewleitfaden für Telefoninterviews	300
Anhang VI:	Interviewleitfaden zur Befragung der Unternehmer.....	302
Anhang VII:	Interviewleitfaden zur Befragung der Ehepartnerinnen.....	305