

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	„Familierness“ und familienpezifische 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