

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis.....	V
Tabellenverzeichnis.....	VII
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
1. Einführung.....	1
1.1 Problemstellung und Themenrelevanz	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen.....	3
1.3 Aufbau der Arbeit	5
2. Grundlagen zu Familienunternehmen	9
2.1 Die Familie und das Unternehmen	9
2.2 Definition Familienunternehmen	12
2.3 Ausgewählte Ansätze zur Messung des Familieneinflusses	15
2.4 Forschungsfeld	20
2.5 Charakteristika	23
2.6 Leistungsfähigkeit.....	26
2.7 Familienexterne Mitarbeiter	28
2.7.1 Definition und Bedeutung	28
2.7.2 Familienunternehmen als Arbeitgeber	30
2.7.3 Personalbeschaffung und Arbeitssituation	32
2.7.4 Aufstiegsmöglichkeiten und Leistungsbewertung	34
2.7.5 Bezahlung und Amtszeit.....	36
2.8 Zwischenfazit	38
3. Theoretische Grundlagen und Stand der Forschung zur Identifikation in Familienunternehmen.....	41
3.1 Organisationale Identifikation	41
3.1.1 Frühe Ansätze	41
3.1.2 Theorie der sozialen Identität	43
3.1.3 Theorie der Selbstkategorisierung	49

3.1.4 Definition der organisationalen Identifikation	52
3.1.5 Abgrenzung zu verwandten Begriffen	57
3.1.6 Gründe für Identifikation	62
3.1.7 Auswirkungen der Identifikation	64
3.2 Forschungsstand zur Identifikation in Familienunternehmen	66
3.3 Zusammenfassung	70
4. Ableitung des Forschungsmodells und Generierung der Hypothesen.....	73
4.1 Methodische Vorüberlegungen	73
4.2 Identifikationsarten in Familienunternehmen	74
4.3 Einflussfaktoren auf Identifikation	76
4.3.1 Unterstützung durch das Unternehmen	77
4.3.2 Beziehung zum Vorgesetzten	80
4.3.3 Prestige des Unternehmens	82
4.3.4 Fairness des Unternehmens.....	86
4.3.5 Wertekongruenz	91
4.3.6 Familieneinfluss.....	94
4.4 Mitarbeiterbedürfnisse als Moderator	95
4.5 Auswirkungen der Identifikation	99
4.5.1 Freiwilliges Arbeitsengagement	100
4.5.2 Kündigungsabsicht	103
4.6 Zusammenfassung der Hypothesen	107
4.7 Fazit	108
5. Empirische Untersuchung	111
5.1 Untersuchungsdesign	111
5.1.1 Der Fragebogen als Instrument	111
5.1.2 Fragebogenkonstruktion	113
5.2 Operationalisierung der Variablen	115
5.2.1 Messtheoretische Anmerkungen	115
5.2.2 Abhängige Variablen	117

5.2.3 Unabhängige Variablen	123
5.2.4 Moderatorvariablen	135
5.2.5 Kontrollvariablen.....	139
5.2.6 Zusammenfassung	142
5.3 Pretest.....	143
5.4 Analysevorbereitung.....	146
5.4.1 Untersuchungsgegenstand und Stichprobengewinnung	146
5.4.2 Ablauf und Datenrücklauf	149
5.4.3 Datenaufbereitung und Fehlerkontrolle.....	151
5.4.4 Testgüte	155
5.4.5 Itemanalyse	157
5.4.6 Zusammenfassung	163
5.5 Deskriptive Auswertung	165
5.5.1 Charakteristika der befragten Personen	165
5.5.2 Charakteristika der beteiligten Unternehmen	171
5.5.3 Bedeutung des Familieneinflusses	173
5.6 Kontrollvariablen.....	175
5.7 Hypothesenüberprüfung	178
5.7.1 Vorüberlegungen.....	178
5.7.2 Identifikationsarten	187
5.7.3 Einflussfaktoren.....	189
5.7.4 Mitarbeiterverantwortung.....	196
5.7.5 Mitarbeiterbedürfnisse	200
5.7.6 Gesamtbetrachtung aller Einflussfaktoren	215
5.7.7 Auswirkungen.....	218
5.7.8 Zusammenfassung.....	222
6. Diskussion der Ergebnisse	225
6.1 Forschungsfrage 1	225
6.2 Forschungsfrage 2 und 3.....	226

6.3 Forschungsfrage 4	231
6.4 Forschungsfrage 5	235
7. Resümee.....	237
7.1 Zusammenfassung.....	237
7.2 Beitrag für die Wissenschaft.....	240
7.3 Limitationen.....	242
7.4 Handlungsempfehlungen für die Praxis	244
7.5 Schlussbemerkung und Ausblick	246
Anhang	XIII
Literaturverzeichnis.....	XXXVII