

# Inhaltsverzeichnis

I.	<b>Einleitung</b> . . . . .	9
I.1	Forschungsstand . . . . .	10
I.2	Theoretischer Ansatz . . . . .	18
I.3	Fragestellung . . . . .	25
I.4	Aufbau und Quellen der Arbeit . . . . .	30
II.	<b>Die Entwicklung von Familienunternehmen seit den 1960er Jahren</b> . . . . .	37
II.1	Familienbeeinflusste Unternehmen in Deutschland . . . . .	37
	II.1.a <i>Familienunternehmen im Spiegel der Statistik</i> . . . . .	38
	II.1.b <i>Rahmenbedingungen für Corporate Governance</i> . . . . .	42
II.2	Eine statistische Annäherung an Familienunternehmen . . . . .	48
	II.2.a <i>Zur Methode der Auswertung</i> . . . . .	49
	II.2.b <i>Ergebnisse zur familienbeeinflussten Corporate Governance 1960</i> . . . . .	55
	II.2.c <i>Ergebnisse zur Entwicklung des Familieneinflusses</i> . . . . .	62
II.3.	Schlussfolgerungen und Übergang zur qualitativen Untersuchung . . . . .	69
III.	<b>«Was ich besitze, bin ich»: Familieneigentum und Eigentümerpraktiken</b> . . . . .	75
III.1	Eigentum in der Familienunternehmensforschung . . . . .	75
III.2	Gesellschafterrollen und Eigentumsverhältnisse . . . . .	79
	III.2.a <i>Das Stellvertreterprinzip in Personengesellschaften</i> . . . . .	80
	III.2.b <i>Die Unterbeteiligung</i> . . . . .	85
	III.2.c <i>Die Familiengesellschaft mit Zugang zum Kapitalmarkt</i> . . . . .	87
III.3	Rechtliche Funktionen des Eigentums und Eigentümerpraktiken . . . . .	93
	III.3.a <i>Mitwirkungs- und Kontrolltätigkeiten</i> . . . . .	94
	III.3.b <i>Der Umgang mit Gewinnen</i> . . . . .	96
III.4	Das psychologische Eigentum . . . . .	101
	III.4.a <i>Zur Psychologie des Eigentums</i> . . . . .	102

III.4.b	<i>Die Bedeutung von Gesellschafterinformation</i> . . . . .	105
III.4.c	<i>Psychologisches Eigentum und die soziale Institution Familie</i> . .	110
III.5	Schlussfolgerungen . . . . .	115
IV.	<b>Generationenerzählungen:</b>	
	Der generationsübergreifende Anspruch im	
	Familiengedächtnis . . . . .	117
IV.1	Das Konstrukt der mehrgenerationellen Familie . . . . .	117
IV.2	Initiation in das Familiengedächtnis . . . . .	122
IV.3	Generationenerzählungen zwischen Familie und Unternehmen . .	130
	<i>IV.3.a Definition und Struktur von Generationenerzählungen</i> . . . . .	130
	<i>IV.3.b Erzählte Bürgerlichkeit</i> . . . . .	139
	<i>IV.3.c Warum Generationenerzählungen?</i> . . . . .	148
IV.4	Generationenverständigung über Objekte . . . . .	153
	<i>IV.4.a Die Ahnengalerie</i> . . . . .	153
	<i>IV.4.b Das Familiengrab</i> . . . . .	159
IV.5	Schlussfolgerungen . . . . .	168
V.	<b>Zum Unternehmer geboren?</b>	
	Der Prozess der Führungsnachfolge . . . . .	170
V.1	Die Nachfolge im Kontext eines	
	Corporate Governance-Systems . . . . .	171
V.2	Die «Phase Null»: Sozialisation des Nachfolgers	
	und Nachfolgeplanungen . . . . .	173
	<i>V.2.a. Sozialisation und Ausbildungswege der potentiellen Nachfolger</i>	175
	<i>V.2.b. Die Nachfolge-«Verschwörung»: Planungen und Vorbereitungen</i>	189
V.3	Führungsnachfolge zwischen Corporate Governance-	
	Veränderungen und Branchenentwicklung . . . . .	197
	<i>V.3.a Kohabitation mit dem externen Management: Bagel</i> . . . . .	198
	<i>V.3.b Doppelregierung und Rückzugsverweigerung: Rodenstock</i> . . .	201
	<i>V.3.c Familienführung und der Sparringspartner Aufsichtsrat: Deckel</i>	208
	<i>V.3.d Nachfolgeprozesse im Vergleich</i> . . . . .	214
V.4	Dynastische Motive? Gründe für die familieninterne Nachfolge . .	215
	<i>V.4.a Externe Erwartungen</i> . . . . .	217
	<i>V.4.b Ambivalente Sinnstiftungsangebote</i> . . . . .	219
V.5	Schlussfolgerungen . . . . .	223

---

VI.	<b>Die «Firmenfamilie»: Familienzentrierte Unternehmenskultur im Wandel</b>	225
VI.1	Zur Theorie von Paternalismus und Unternehmenskultur	226
VI.2	Familienbilder in Festkultur und Arbeitskampf	230
	<i>VI.2.a Familienfeiern: Zur Festkultur in Familienunternehmen</i>	231
	<i>VI.2.b Familienzwist: Familienbilder im Arbeitskampf</i>	252
	<i>VI.2.c Zwischenfazit: Die familienzentrierte Unternehmenskultur</i>	260
VI.3	Entwicklung der familienzentrierten Unternehmenskultur im späten 20. Jahrhundert	264
	<i>VI.3.a Das Ende der Sonderkonjunktur und die Öffnung von Unternehmenskulturen</i>	265
	<i>VI.3.b Arbeit und Familie: Erwartungen und neu interpretierte Werte</i>	273
VI.4	Schlussfolgerungen	281
VII.	<b>Schlussbetrachtung</b>	283
VIII.	<b>Anhang</b>	295
VIII.1	Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	295
VIII.2	Quellen und Bibliographie	296
	<i>VIII.2.a Archivmaterial</i>	296
	<i>VIII.2.b Interviews</i>	296
	<i>VIII.2.c Bibliographie</i>	297
VIII.3	Personen- und Sachregister	313
IX.	<b>Dank</b>	315