

Christina Wargitsch

**Management Control
in Familienunternehmen**



PETER LANG

Internationaler Verlag der Wissenschaften

INHALTSVERZEICHNIS

DANKSAGUNG	1
INHALTSVERZEICHNIS	7
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	11
TABELLENVERZEICHNIS	13
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	19
1 EINLEITUNG	21
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	21
1.2 Aufbau der Arbeit	23
1.3 Forschungskonzeption	25
1.3.1 Wissenschaftstheoretische Paradigmen	25
1.3.2 Forschungsmethoden	29
1.3.2.1 Quantitative Methoden: Linearer Forschungsprozess	31
1.3.2.2 Qualitative Methoden: Zirkulärer Forschungsprozess	34
1.3.3 Wissenschaftstheoretische Positionierung	36
2 MANAGEMENT CONTROL	38
2.1 Entwicklung der Management Control Forschung	38
2.2 Notwendigkeit von Management Control	44
2.3 Management Control: Managementebene	46
2.3.1 Agentur Beziehungen und Steuerungsmechanismen	46
2.3.1.1 Annahmen der Agenturtheorie	46
2.3.1.2 Kerngedanken der Agenturtheorie	48
2.3.1.3 Steuerungs- und Kontrollmechanismen	51
2.3.1.4 Kritische Würdigung	53
2.3.2 Stewardship Beziehungen und Steuerungsmechanismen	57
2.3.2.1 Annahmen und Kerngedanken der Stewardship Theorie	57
2.3.2.2 Steuerungsmechanismen	62
2.3.2.3 Kritische Würdigung	64
2.3.3 Performance Implikationen	65
2.4 Management Control: Organisationsebene	66
2.4.1 Steuerungsstrategien (MCS)	66

2.4.2	Management Control Systeme aus transaktionskostentheoretischer Sicht.....	71
2.4.3	Performance Implikationen	74
3	UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND FAMILIENUNTERNEHMEN.....	78
3.1	Volkswirtschaftliche Bedeutung der Familienunternehmen	80
3.2	Entwicklung der Familienunternehmensforschung.....	84
3.3	Zur Definition von Familienunternehmen	87
3.4	Agentur- und Stewardbeziehungen in Familienunternehmen.....	92
3.5	Management Control in Familienunternehmen.....	97
3.5.1	Steuerung auf Managementebene.....	97
3.5.2	Steuerung auf Organisationsebene	99
3.5.3	Forschungsgegenstand.....	102
4	HYPOTHESEN.....	103
4.1	Steuerung auf Managementebene	103
4.1.1	Fall I: Ein Clan (Hypothesen 1, 2, 3).....	104
4.1.2	Fall II: Mehrere Clans (Hypothesen 4, 5).....	106
4.2	Steuerung auf Organisationsebene (Hypothesen 6).....	108
5	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG.....	110
5.1	Untersuchungsdesign	110
5.1.1	Erhebungsmethode Fragebogen	110
5.1.2	Variablen und Konstrukte.....	111
5.1.2.1	Gruppierungsvariablen	111
5.1.2.2	Konstrukte und Schlüsselvariablen.....	112
5.1.2.2.1	Zu Grunde liegende Menschenbilder.....	112
5.1.2.2.2	Steuerungsinstrumente des Prinzipals	113
5.1.2.2.3	Zielsystem und Performance	118
5.1.2.2.4	MCS auf Organisationsebene	120
5.1.2.3	Kontrollvariablen.....	124
5.1.3	Stichprobe.....	126
5.2	Untersuchungsergebnisse.....	128
5.2.1	Prüfung methodischer Probleme	128
5.2.1.1	Common Method Bias.....	128
5.2.1.2	Non-Response Bias.....	129
5.2.2	Prüfung der Konstrukte	130

5.2.2.1	Objektivität der Konstrukte	130
5.2.2.2	Reliabilität der Konstrukte	131
5.2.2.3	Validität der Konstrukte	134
5.2.3	Deskriptive Analyseergebnisse	135
5.2.3.1	Struktur der Stichprobe.....	135
5.2.3.2	Interne Charakteristika der Stichprobe.....	139
5.2.4	Prüfung der Hypothesen.....	146
5.2.4.1	Steuerung auf Managementebene (C=1).....	146
5.2.4.2	Steuerung auf Managementebene (C>1).....	162
5.2.4.3	Steuerung auf Organisationsebene	169
5.2.4.4	Zusammenfassung	174
5.3	Diskussion der Ergebnisse.....	176
5.4	Limitationen und weiterer Forschungsbedarf.....	180
6	ZUSAMMENFASSUNG.....	183
7	LITERATURVERZEICHNIS	187
ANHANG I:	Ergebnisse zum Non-Response Bias.....	208
ANHANG II:	Konstruktprüfung – SPSS Ergebnisse (Reliabilitätsschätzungen).....	216
ANHANG III:	Konstruktprüfung – SPSS Ergebnisse (Validitätsschätzungen)	230
ANHANG IV:	Mittelwerte und Häufigkeiten aller Items.....	236
ANHANG V:	Fragebogen.....	241