

# Inhaltsübersicht

<b>Geleitwort .....</b>	<b>V</b>
<b>Vorwort .....</b>	<b>VII</b>
<b>Inhaltsübersicht .....</b>	<b>IX</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>XVII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>XIX</b>
<b>Symbolverzeichnis .....</b>	<b>XXI</b>
<b>A. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1. Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit .....	1
2. Gang der Untersuchung.....	6
<b>B. Die Rolle von Eigentum und Eigentumsgefühlen für Individuen und ihre Identität .....</b>	<b>9</b>
1. Faktisches und wahrgenommenes Eigentum.....	9
2. Einführende theoretische Betrachtungen zur Identität .....	12
3. Psychologisches Erleben von Eigentum.....	19
4. Der Verlust von das Selbst erweiternden Besitztümern .....	23
5. Zwischenfazit .....	25
<b>C. Konzeptionelle Grundlagen des „psychological ownership“ im Nicht- Eigentümerkontext .....</b>	<b>27</b>
1. Das Konstrukt „psychological ownership“ .....	28
2. Zielobjekte des „psychological ownership“ .....	39
3. Die Entstehung von „psychological ownership“ .....	43
4. Konsequenzen des „psychological ownership“ im organisationalen Kontext .....	63
5. „Psychological ownership“ als Mediatorvariable .....	85
6. Zwischenfazit .....	89
<b>D. „Psychological ownership“ im Kontext der altersbedingten Unternehmensnachfolge.....</b>	<b>91</b>
1. Der Prozess der Unternehmensnachfolge.....	91
2. Individuumperspektive auf den Übergeber im Nachfolgeprozess .....	95
3. „Psychological ownership“ im Kontext der Unternehmensnachfolge .....	98
4. Das eigene Unternehmen als Zielobjekt von „psychological ownership“ .....	104

<b>E. Zwischenfazit und Untersuchungsrahmen .....</b>	<b>105</b>
1. Zwischenfazit und kritische Würdigung des bisherigen Forschungsstandes .....	105
2. Darstellung und Begründung des Forschungsdesigns .....	109
<b>F. Empirische Untersuchung von „psychological ownership“ im Kontext der Unternehmensnachfolge.....</b>	<b>113</b>
1. Datenerhebung: Durchführung und Transkription der Interviews .....	113
2. Auswahl und Beschreibung der Interviewpartner.....	115
3. Datenanalyse: Offenes, axiales und selektives Codieren .....	119
4. Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	121
<b>G. Zusammenfassung, Schlussfolgerungen und kritische Würdigung .....</b>	<b>213</b>
1. Ergebnisse und Schlussfolgerungen zur theoretischen Zielsetzung.....	213
2. Ergebnisse und Schlussfolgerungen zur praktischen Zielsetzung .....	223
3. Abschließende Kritik und zukünftiger Forschungsbedarf.....	230
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>233</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>251</b>
<b>A. Transkriptionsregeln .....</b>	<b>251</b>
<b>B. Interviewtranskript I_1 und I_1a .....</b>	<b>252</b>
<b>C. Interviewtranskript I_2 .....</b>	<b>253</b>
<b>D. Interviewtranskript I_3 .....</b>	<b>254</b>
<b>E. Interviewtranskript I_4 .....</b>	<b>255</b>
<b>F. Interviewtranskript I_5 .....</b>	<b>256</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort .....</b>	<b>V</b>
<b>Vorwort .....</b>	<b>VII</b>
<b>Inhaltsübersicht .....</b>	<b>IX</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>XVII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>XIX</b>
<b>Symbolverzeichnis .....</b>	<b>XXI</b>
<b>A. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1. Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit .....	1
2. Gang der Untersuchung.....	6
<b>B. Die Rolle von Eigentum und Eigentumsgefühlen für Individuen und ihre Identität .....</b>	<b>9</b>
1. Faktisches und wahrgenommenes Eigentum.....	9
2. Einführende theoretische Betrachtungen zur Identität .....	12
2.1 Identitätsverständnis.....	12
2.2 Identitätsentwicklung.....	13
2.3 Die Konstruktion einer Unternehmeridentität.....	15
3. Psychologisches Erleben von Eigentum.....	19
3.1 Positive Einstellungen gegenüber Eigentumsobjekten .....	20
3.2 Erweiterung des Selbst durch Besitz .....	20
3.3 Verantwortungsgefühl .....	22
4. Der Verlust von das Selbst erweiternden Besitztümern .....	23
5. Zwischenfazit .....	25
<b>C. Konzeptionelle Grundlagen des „psychological ownership“ im Nicht- Eigentümerkontext .....</b>	<b>27</b>
1. Das Konstrukt „psychological ownership“ .....	28
1.1 Begriffsverständnis – individuelles und kollektives „psychological ownership“ .....	28
1.2 Abweichende Konzeptualisierungen von „psychological ownership“ .....	34
1.3 Begriffsabgrenzung zu ähnlichen Konstrukten.....	36
2. Zielobjekte des „psychological ownership“ .....	39
3. Die Entstehung von „psychological ownership“ .....	43
3.1 Gründe für die Entstehung von „psychological ownership“ .....	43

3.2	Prozess der Entstehung von „ <i>psychological ownership</i> “ .....	47
3.3	Einflussfaktoren auf die Entstehung von „ <i>psychological ownership</i> “ .....	52
3.3.1	Mitarbeiterkapitalbeteiligung .....	52
3.3.2	Merkmale der Arbeitsumgebung .....	54
3.3.3	Einflussfaktoren auf Individuumsebene .....	59
3.4	Zusammenfassende Beurteilung .....	62
4.	Konsequenzen des „ <i>psychological ownership</i> “ im organisationalen Kontext .....	63
4.1	Positive Effekte von „ <i>psychological ownership</i> “ .....	63
4.1.1	Arbeitszufriedenheit .....	63
4.1.2	Organisationales Commitment .....	65
4.1.3	Organisationsbedingtes Selbstwertgefühl .....	67
4.1.4	Extra-Rollenverhalten und freiwilliges Mitarbeiterengagement .....	68
4.1.5	Arbeitsleistung der Mitarbeiter .....	71
4.1.6	Unterstützung von organisationalem Wandel .....	72
4.1.7	Weitere positive Konsequenzen von „ <i>psychological ownership</i> “ .....	74
4.2	Negative Effekte von „ <i>psychological ownership</i> “ .....	76
4.2.1	Widerstand gegenüber Veränderungen .....	77
4.2.2	Zurückhalten von Wissen und Territorialverhalten .....	79
4.2.3	Weitere potenzielle negative Konsequenzen von „ <i>psychological ownership</i> “ .....	82
4.3	Zusammenfassende Beurteilung .....	83
5.	„ <i>Psychological ownership</i> “ als Mediatorvariable .....	85
6.	Zwischenfazit .....	89
<b>D.</b>	<b>„<i>Psychological ownership</i>“ im Kontext der altersbedingten</b>	
	<b>Unternehmensnachfolge .....</b>	<b>91</b>
1.	Der Prozess der Unternehmensnachfolge .....	91
2.	Individuumperspektive auf den Übergeber im Nachfolgeprozess .....	95
3.	„ <i>Psychological ownership</i> “ im Kontext der Unternehmensnachfolge .....	98
4.	Das eigene Unternehmen als Zielobjekt von „ <i>psychological ownership</i> “ .....	104
<b>E.</b>	<b>Zwischenfazit und Untersuchungsrahmen .....</b>	<b>105</b>
1.	Zwischenfazit und kritische Würdigung des bisherigen Forschungsstandes .....	105
2.	Darstellung und Begründung des Forschungsdesigns .....	109
2.1	Auswahl und Begründung der Forschungsmethode .....	109
2.2	Die Grounded Theory-Methodologie .....	110
<b>F.</b>	<b>Empirische Untersuchung von „<i>psychological ownership</i>“ im Kontext der</b>	
	<b>Unternehmensnachfolge .....</b>	<b>113</b>
1.	Datenerhebung: Durchführung und Transkription der Interviews .....	113

2.	Auswahl und Beschreibung der Interviewpartner.....	115
3.	Datenanalyse: Offenes, axiales und selektives Codieren .....	119
4.	Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	121
4.1	Das Phänomen „psychological ownership“ von Unternehmern im Kontext der altersbedingten Unternehmensnachfolge .....	121
4.1.1	Intensität des „psychological ownership“ .....	122
4.1.2	Zielobjekte des „psychological ownership“ .....	128
4.1.3	Art der Eigentumsgefühle .....	132
4.2	Ursächliche Bedingungen .....	134
4.2.1	Bewusstsein für kollektives Zielobjekt bzw. für Teamleistung.....	134
4.2.2	Hauptschauplatz des sozialen Lebens .....	136
4.2.3	Individuelle Biographie .....	139
4.2.4	Investitionen des Selbst.....	141
4.2.5	Freude und Bedürfnisbefriedigung .....	142
4.3	Kontext .....	147
4.4	Handlungen / Strategien .....	152
4.4.1	Anspruchshaltung entwickeln und artikulieren .....	153
4.4.2	(Keine)klare Leitungs-/Eigentumsübergabe.....	157
4.4.3	Mentales Loslösen.....	160
4.4.4	Erste Schritte / Basisplan.....	162
4.4.5	Umgang mit Veränderungen / Neuerungen .....	164
4.4.6	Entwicklung des potenziellen Nachfolgers im Unternehmen / Unterstützung .....	167
4.4.7	Strategische Ausrichtung des Unternehmens.....	169
4.4.8	Keine Übergabe „auf Krampf“ .....	170
4.4.9	Inanspruchnahme externer Hilfe, um Nachfolger zu finden .....	171
4.4.10	Aufarbeitung des Übergabeprozesses .....	172
4.5	Intervenierende Bedingungen.....	176
4.5.1	Wünsche / Ziele bezüglich der Übergabe.....	176
4.5.2	Perspektiven nach erfolgter Übergabe .....	182
4.5.3	Persönlichkeit und Führungsstil .....	185
4.5.4	Form der Nachfolgeplanung.....	189
4.5.5	Gegenseitiges Vertrauen .....	190
4.5.6	Entscheidungsstrukturen vor der Übergabe .....	193
4.6	Konsequenzen .....	199
4.6.1	Frustration des Nachfolgers .....	199
4.6.2	Wirtschaftliches Erfolgspotenzial des Unternehmens .....	201
4.6.3	Dauer des Übergabeprozesses.....	203
4.6.4	Anerkennung und Zufriedenheit des Übergebers.....	204
4.6.5	Sicherheit für die Angestellten nach erfolgter Übergabe .....	205
4.6.6	Klare Verhältnisse für die Angestellten und deren Motivation/Frust.....	206

<b>G. Zusammenfassung, Schlussfolgerungen und kritische Würdigung .....</b>	<b>213</b>
1. Ergebnisse und Schlussfolgerungen zur theoretischen Zielsetzung.....	213
2. Ergebnisse und Schlussfolgerungen zur praktischen Zielsetzung .....	223
3. Abschließende Kritik und zukünftiger Forschungsbedarf.....	230
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>233</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>251</b>
<b>A. Transkriptionsregeln .....</b>	<b>251</b>
<b>B. Interviewtranskript I_1 und I_1a .....</b>	<b>252</b>
<b>C. Interviewtranskript I_2 .....</b>	<b>253</b>
<b>D. Interviewtranskript I_3 .....</b>	<b>254</b>
<b>E. Interviewtranskript I_4 .....</b>	<b>255</b>
<b>F. Interviewtranskript I_5 .....</b>	<b>256</b>