

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I Einleitung

<b>1</b>	<b>Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Gang der Untersuchung</b>	<b>9</b>

## Teil II Erleben von Psychological Ownership im Kontext der Unternehmensnachfolge

<b>3</b>	<b>Definition und Prozess der Unternehmensnachfolge</b>	<b>15</b>
<b>4</b>	<b>Faktisches und wahrgenommenes Eigentum</b>	<b>25</b>
<b>5</b>	<b>Psychologisches Erleben von Eigentum</b>	<b>29</b>
<b>6</b>	<b>Konzeptionelle Grundlagen von Psychological Ownership</b>	<b>35</b>
6.1	Psychological Ownership – ein grundlegendes Begriffsverständnis	36
6.2	Zielobjekte von PO	45
6.3	Die Entstehung von Psychological Ownership	49
6.4	Konsequenzen von PO im Kontext der Organisationspsychologie	75
6.5	Zwischenfazit	100

## Teil III Bedeutung der Identitätsforschung für das Eigentumserleben

<b>7</b>	<b>Begriffsverständnis Selbst und Identität</b>	<b>107</b>
----------	---	------------

---

<b>8 Entwicklung von Selbst und Identität</b> .....	117
8.1 Entwicklung von Selbst und Identität aus entwicklungspsychologischer Sicht .....	118
8.2 Entwicklung von Selbst und Identität aus motivationspsychologischer Sicht .....	120
8.3 Der Einfluss lebensphasenspezifischer Übergänge auf Selbst und Identität .....	131
<b>9 Struktur und Organisation des Selbst</b> .....	137
9.1 Hierarchische Ordnung von Identitäten .....	138
9.2 Komplexität des Selbst .....	143
<b>10 Unternehmeridentität</b> .....	147
<b>11 Motive zur Konstruktion einer Identität</b> .....	153
11.1 Selbstwirksamkeitsmotiv .....	158
11.2 Selbstwertmotiv .....	161
11.3 Motiv der Unterscheidbarkeit gegenüber anderen .....	164
11.4 Zugehörigkeitsmotiv .....	165
<b>12 Der Verlust des Unternehmens als identitätserweiterndes Objekt</b> .....	167
<b>13 Zwischenfazit</b> .....	173
<b>Teil IV Entwicklung eines Bezugsrahmens zur identitätsbasierten Betrachtung von Psychological Ownership</b>	
<b>14 Psychological Ownership – Der Unternehmer und sein Unternehmen</b> .....	177
<b>15 Eine identitätsorientierte Sichtweise auf das Eigentumserleben im Unternehmenskontext</b> .....	181
<b>Teil V Empirische Untersuchung von Psychological Ownership im Kontext der Unternehmensnachfolge</b>	
<b>16 Datenerhebung: Durchführung und Transkription der Interviews</b> .....	187
<b>17 Interviewdurchläufe, -partnerauswahl und -beschreibung</b> .....	191
<b>18 Datenanalyse</b> .....	199

<b>19 Ergebnisse der empirischen Untersuchung</b> .....	203
19.1 Psychological Ownership von Unternehmern .....	204
19.2 Ursächliche Bedingungen für die Entstehung von Psychological Ownership .....	214
19.3 Kontext .....	238
19.4 Handlungs- und interaktionale Strategien .....	246
19.5 Intervenierende Bedingungen für die Entwicklung von Psychological Ownership im Kontext der altersbedingten Unternehmensnachfolge .....	271
19.6 Konsequenzen von Psychological Ownership im Kontext der Unternehmensnachfolge .....	335
 <b>Teil VI Zusammenfassung der Ergebnisse, Schlussfolgerungen und kritische Betrachtung</b>	
<b>20 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse und Schlussfolgerungen zur theoretischen Zielstellung</b> .....	347
<b>21 Schlussfolgerungen zur praktischen Zielstellung</b> .....	359
<b>22 Abschließende Kritik und zukünftiger Forschungsbedarf</b> .....	371
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	377