

Münstersche Schriften zur Kooperation

Band 114

Julian Taape

**Das Kooperationsverhalten
von Familienunternehmen**

Eine empirische Analyse unter besonderer Berücksichtigung
des Einflusses familienunternehmensspezifischer Charakteristika
auf den Kooperationsprozess

Shaker Verlag
Aachen 2015

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Münster (Westfalen), Univ., Diss., 2015

Copyright Shaker Verlag 2015

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

D6

ISBN 978-3-8440-3588-9

ISSN 1617-6561

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Vorwort der Herausgeberin

Familienunternehmen sind in Deutschlands mittelständischer Wirtschaft weit verbreitet. Sie zeichnen sich durch besondere Governancestrukturen aus, denen konkrete Folgen für ihre Strategien, aber auch für gesamtwirtschaftliche Entwicklungen zugeschrieben werden. Insgesamt werden ihnen eher konservative und risikoarme Entscheidungen attestiert, aus denen stabilisierende Effekte für das Unternehmensumfeld folgen. Befragungen bringen übereinstimmend zum Ausdruck, dass die deutsche Bevölkerung Familienunternehmen mehr Vertrauen entgegenbringt als anderen Unternehmen, vor allem solchen, die börsennotiert und investorengetrieben sind. In komparativen Analysen zeichnen sich Familienunternehmen durch Vorsprünge bezüglich einer langfristigen Orientierung, gesellschaftlicher Verantwortung, einer stärkeren Berücksichtigung von Kunden- und Mitarbeiterbedürfnissen sowie finanzieller Solidität aus.

Seit einigen Jahren stehen Familienunternehmen im Mittelpunkt des wissenschaftlichen Interesses, viele Aspekte sind bislang jedoch unbeachtet. Den Hintergrund für die Dissertation von Julian Taape bildet die verbreitete Vermutung, dass Familienunternehmen in ihrer Entwicklungsstrategie vor allem auf internes Wachstum und weniger auf Kooperationen und Akquisitionen setzen. Sie wurden bisher als kooperationsavers eingeschätzt, doch Julian Taape kann diese Vermutung mit dem Nachweis eines ausdifferenzierten Kooperationsverhaltens von Familienunternehmen widerlegen. Er leistet eine umfassende empirische Untersuchung kooperativer Strategien von Familienunternehmen und berücksichtigt dabei ihre spezifischen Charakteristika sowie deren Einfluss auf die Unternehmensentwicklung.

Die Befragung als Basis für den empirischen Teil der Arbeit entstand in Zusammenarbeit mit dem NRW-Landesverband „DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU e.V.“ Ihm sowie den zahlreichen Vertretern von Familienunternehmen, die bereit waren, sich an der Befragung zu beteiligen und für Experteninterviews zur Verfügung zu stehen, sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Die vorliegende Arbeit bietet nicht nur Wissenschaftlern der Kooperations- und der Familienunternehmensforschung wertvolle Erkenntnisse, sondern auch der Familienunternehmenspraxis.

Vorwort

Diese Dissertation entstand in meiner Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Zum Gelingen haben zahlreiche Personen beigetragen, denen ich herzlich danken möchte. Zunächst danke ich meiner Doktor-mutter Frau Prof. Dr. Theresia Theurl für ihre stetige Unterstützung meines Promotionsvorhabens. Sie stand mir zu jeder Zeit als Ansprechpartnerin zur Verfügung. Auch danke ich Herrn Prof. Dr. Aloys Prinz für seine wertvollen Anregungen und für die Übernahme des Zweitgutachtens.

Für das Gelingen meiner Arbeit war die Unterstützung der Familienunternehmen essentiell. Neben den Teilnehmern der Befragung sowie den Teilnehmern der Expertengespräche bedanke ich mich bei Herrn Thomas Rick, der als Vorsitzender des NRW-Landesverbandes von „DIE FAMILIEN-UNTERNEHMER – ASU e.V.“ einen wesentlichen Beitrag zur Umsetzung der Befragung leistete. Ebenso bedanke ich mich bei Herrn Dr. Alexander de Blois, der diesen Kontakt hergestellt hat. Auch möchte ich mich bei Herrn Dr. Jürgen Grüner bedanken, der in der Gewinnung von Familienunternehmen für die Expertengespräche von wertvoller Hilfe war.

Ganz besonders möchte ich mich bei meinen Kolleginnen und Kollegen des Instituts bedanken, die einen großen Anteil daran haben, dass ich meine Promotionszeit in bester Erinnerung behalten werde. Vor allem an die Zeiten, die wir gemeinsam in Lauf- und Fußballschuhen sowie am Controller verbracht haben, werde ich gerne zurückdenken. Besonders bedanken möchte ich mich bei Stephan Zumdick, Andreas Schenkel und Jochen Wicher, die jederzeit nicht nur für fachliche, sondern auch für jede andere Art der Konversation zur Verfügung standen. Vielen Dank auch an Frau Andrea Langer-Ballion für die netten Unterhaltungen zwischendurch.

Nicht zuletzt gilt mein Dank meiner Familie. Sie hat mich auf dem Weg durch das Studium bis hin zur Promotion stets unterstützt und gefördert. Von ganzem Herzen danke ich meiner Frau Marlen, die mich zu allen Phasen der Promotion unterstützt und diese mit mir durchlebt hat. Für ihren positiven Zuspruch und ihre Geduld bin ich sehr dankbar.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2 Gang der Untersuchung.....	6
2 Theoretische Grundlagen.....	8
2.1 Unternehmenskooperationen.....	8
2.1.1 Definition Unternehmenskooperation.....	8
2.1.2 Ebenen der Institutionalisierung von Kooperationen	9
2.1.3 Motive und Ziele von Kooperationen	15
2.1.4 Einordnung in den Kooperationsprozess	18
2.2 Familienunternehmen.....	22
2.2.1 Definition Familienunternehmen	22
2.2.2 Ökonomische Einordnung von Familienunternehmen	24
2.2.3 Theorien zur Erklärung von Familienunternehmen.....	28
2.2.4 Ziele und Strategien von Familienunternehmen.....	35
3 Das Kooperationsverhalten von Familienunternehmen und der Einfluss der Familie auf den Kooperationsprozess	40
3.1 Familienunternehmen in der Kooperationsforschung.....	40
3.2 Forschungsstand zur Partnerwahl	47

3.3	Forschungsstand zur Institutionalisierung von Kooperationen	57
3.3.1	Bestandsaufnahme und Systematisierungsrahmen	58
3.3.2	Aufbau und Merkmale der Literaturstudie	61
3.3.3	Ergebnisse der Literaturstudie	66
3.3.3.1	Unternehmensinterne Einflussfaktoren	68
3.3.3.2	Anfangsbedingungen	74
3.3.4	Zwischenfazit zu den Einflussfaktoren der Institutionalisierung	78
3.4	Abbildung des Familieneinflusses	79
3.4.1	Familieneinfluss-Level	80
3.4.2	Familieneinfluss-Typ	84
3.5	Hypothesenformulierung.....	87
3.5.1	Verfahren der Partnerwahl.....	88
3.5.2	Partnerpräferenz	92
3.5.3	Wahl des Institutionalisierungsgrades	97
3.5.4	Zusammenfassung der Hypothesen	107
4	Konzeption der Untersuchung und erste empirische Ergebnisse..	109
4.1	Konzeption und Aufbau der empirischen Untersuchung.....	109
4.2	Datenerhebung	111
4.2.1	Explorative Experteninterviews.....	112
4.2.2	Formulierung des Fragebogens.....	114
4.2.3	Durchführung von Pre-Tests.....	116
4.2.4	Versand des Fragebogens	117
4.2.5	Befragung.....	121
4.3	Beurteilung der Datenqualität	122
4.4	Deskriptive Ergebnisse der empirischen Untersuchung	134
4.4.1	Allgemeine Charakteristika der Unternehmen	134
4.4.2	Eigenschaften der befragten Familienunternehmen	137
4.4.3	Ergebnisse zu den Kooperationsaktivitäten.....	143
4.4.3.1	Allgemeine Kooperationserfahrung	143
4.4.3.2	Partnerwahl	148

4.4.3.3	Institutionalisierung	152
4.4.3.4	Managementaspekte der Kooperationen.....	155
4.4.3.5	Ziele und Erfolg der Kooperation.....	158
4.5	Zwischenfazit und Überlegungen zur weiteren Analyse	163
5	Modellbasierte Analyse des Verhaltens von Familienunternehmen im Kooperationsprozess	165
5.1	Untersuchungsmethode und Operationalisierung der Messmodelle.....	165
5.1.1	Auswahl und Begründung der Analysemethoden	165
5.1.2	Deskriptive Auswertung der Messmodelle.....	172
5.1.2.1	Familienunternehmensspezifische Messmodelle	173
5.1.2.2	Kooperationsbezogene Messmodelle	179
5.1.3	Gütebeurteilung der Messmodelle	183
5.2	Ergebnisse der Modellschätzung und Hypothesenüberprüfung.....	188
5.2.1	Modellauswertung der Partnerwahl	189
5.2.2	Modellauswertung der Partnerpräferenz.....	198
5.2.3	Modellauswertung der Institutionalisierung	206
5.3	Zwischenfazit zur Modelluntersuchung.....	218
6	Ableitung von Handlungsempfehlungen	223
6.1	Handlungsempfehlungen die Partnerwahl	224
6.2	Handlungsempfehlungen für die Institutionalisierung.....	232
7	Schlussbetrachtung.....	239
7.1	Zusammenfassung	239
7.2	Forschungsmöglichkeiten und Ausblick.....	245
Anhang	252	
Literaturverzeichnis	270	