

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS	I
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	VI
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VII
1 EINFÜHRUNG	1
1.1 PROBLEMSTELLUNG	1
1.2 ZIELSETZUNG DER ARBEIT	2
1.3 GLIEDERUNG DER ARBEIT	3
1.4 MITTELSTÄNDISCHE BAUUNTERNEHMEN	4
1.4.1 DEFINITION	5
1.4.2 STRUKTUR	7
2 BAUUNTERNEHMENSFÜHRUNG	9
2.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG ALS SCHLÜSSELFUNKTION	9
2.2 STRATEGISCHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG	12
2.3 ABGRENZUNG ZUR TAKTISCHEN UND OPERATIVEN FÜHRUNG	14
2.4 UNTERNEHMENSZIELE	15
2.5 UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE UND -KULTUR	19
2.6 UNTERNEHMENSPLANUNG	22
2.7 ZUSAMMENFASSUNG	24
3 MARKETING	27
3.1 GRUNDLAGEN DES MARKETINGS	27
3.1.1 ENTWICKLUNG	27
3.1.2 BEGRIFF UND DIFFERENZIERUNG	29
3.1.3 MARKETING-MIX	31
3.2 MERKMALE, ASPEKTE UND EBENEN DES MARKETINGS	33
3.3 MARKETING-MANAGEMENT UND PROZESS	34
3.4 MARKETING VON BAUUNTERNEHMEN	37

3.4.1 WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES BAUMARKTES	37
3.4.2 BESONDERHEITEN DES BAUMARKTES	38
3.4.3 BEGRÜNDUNG EINES EIGENSTÄNDIGEN BAUMARKETINGS	40
3.5 BESONDERHEITEN TANGIERENDER WIRTSCHAFTSBEREICHE	41
3.5.1 INDUSTRIEGÜTERBEREICH	41
3.5.2 DIENSTLEISTUNGSBEREICH	43
3.6 ZUSAMMENFASSUNG	46
4 DATENERHEBUNG	47
4.1 SEKUNDÄRDATEN	47
4.2 PRIMÄRDATEN	48
4.2.1 ART UND UMFANG DER ERHEBUNG	49
4.2.2 ZIELGRUPPE UND ZIELSETZUNG	51
4.2.3 ANSCHREIBEN UND FRAGEBOGEN	52
4.2.3.1 ANSCHREIBEN	52
4.2.3.2 FRAGEBOGEN	54
4.2.4 RÜCKLAUF	55
4.2.5 VERGLEICHBARKEIT UND REPRÄSENTATIVITÄT	56
4.2.6 DATENAUSWERTUNG	57
4.2.6.1 QUALITATIVE AUSWERTUNG	59
4.2.6.2 QUANTITATIVE AUSWERTUNG	60
4.3 ZUSAMMENFASSUNG	60
5 UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE AUF INSTRUMENTENEbene	62
5.1 MARKTSEGMENTIERUNG UND -DEFINITION	62
5.1.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	62
5.1.2 BAUNTERNEHMENSspezifische Möglicheiten und Trends	63
5.1.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	67
5.2 MARKTFORSCHUNG	68
5.2.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	69
5.2.2 BAUNTERNEHMENSspezifische Möglicheiten und Trends	70
5.2.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	76
5.3 MARKETING-MIX	77

5.3.1	PRODUKT/ LEISTUNG.....	78
5.3.1.1	AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	79
5.3.1.2	BAUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	80
5.3.1.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG	82
5.3.2	DISTRIBUTION/ VORBEREITUNG.....	84
5.3.2.1	AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	84
5.3.2.2	BAUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	86
5.3.2.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG	89
5.3.3	KONTRAHIERUNG/ VERGÜTUNG.....	90
5.3.3.1	AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	91
5.3.3.2	BAUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	93
5.3.3.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG	95
5.3.4	KOMMUNIKATION/ DARSTELLUNG.....	96
5.3.4.1	AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	96
5.3.4.2	BAUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	99
5.3.4.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG	103
5.3.5	MARKETINGSTELLEN IM UNTERNEHMEN	105
5.3.5.1	AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	106
5.3.5.2	BAUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	106
5.3.5.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG	109
5.3.6	KOSTEN UND NUTZEN DES BAUMARKETINGS.....	110
5.3.6.1	AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	110
5.3.6.2	BAUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	111
5.3.6.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG	112
5.4	SERVICEPOLITIK	113
5.4.1	AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	114
5.4.2	BAUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	115
5.4.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG	119
5.5	KUNDENZUFRIEDENHEIT	120
5.5.1	AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	121
5.5.2	BAUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	123
5.5.3	KRITISCHE WÜRDIGUNG	126

5.6 CORPORATE IDENTITY	127
5.6.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	128
5.6.2 BAUUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	129
5.6.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	131
5.7 PERSONALMANAGEMENT	132
5.7.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	133
5.7.2 BAUUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	134
5.7.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	137
5.8 WISSENSMANAGEMENT	139
5.8.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	139
5.8.2 BAUUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	140
5.8.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	145
5.9 INNOVATIONSMANAGEMENT	146
5.9.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	146
5.9.2 BAUUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	147
5.9.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	152
5.10 QUALITÄTSMANAGEMENT	153
5.10.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	153
5.10.2 BAUUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	155
5.10.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	159
5.11 RISIKOMANAGEMENT	160
5.11.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	161
5.11.2 BAUUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	163
5.11.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	168
5.12 KOOPERATIONEN UND STRATEGISCHE ALLIANZEN	169
5.12.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	169
5.12.2 BAUUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	171
5.12.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	177
5.13 WETTBEWERBSVORTEILE	178
5.13.1 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	179
5.13.2 BAUUNTERNEHMENSSPEZIFISCHE MÖGLICHKEITEN UND TRENDS	181
5.13.3 KRITISCHE WÜRDIGUNG	185

6 ZUSAMMENFASSUNG UND GEWICHTUNG	187
6.1 ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE.....	187
6.2 GEWICHTUNG DER INSTRUMENTE / HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN.....	193
6.2.1 KLEINER MITTELSTAND.....	194
6.2.2 MITTLERER MITTELSTAND.....	198
6.2.3 GROBER MITTELSTAND.....	202
7 SCHLUSSBETRACHTUNG UND AUSBLICK	206
LITERATURVERZEICHNIS	208