

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XI
Tabellenverzeichnis.....	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
Symbolverzeichnis.....	XVII
1. Einleitung	1
1.1 Motivation und Zielsetzung der Arbeit	1
1.2 Aufbau der Untersuchung	4
2. Mittelständische Unternehmen.....	9
2.1 Historische Entwicklungslinien mittelständischer Unternehmen	9
2.2 Definition mittelständischer Unternehmen	13
2.2.1 Quantitative Abgrenzungsmerkmale.....	14
2.2.1.1 Unternehmensgrößendefinitionen ausgewählter Institutionen	15
2.2.1.2 Vergleich der Unternehmensgrößendefinitionen	16
2.2.2 Qualitative Abgrenzungsmerkmale.....	19
2.2.3 Ableitung einer integrierten quantitativ-qualitativen Definition.....	22
2.3 Bedeutung mittelständischer Unternehmen.....	24
2.4 Besonderheiten mittelständischer Unternehmen	26
2.4.1 Primäre Aktivitäten	28
2.4.1.1 Beschaffung	28
2.4.1.2 Produktion	29
2.4.1.3 Absatz	32
2.4.1.4 Service/Wartung	34
2.4.1.5 Entsorgung	35
2.4.2 Sekundäre Aktivitäten.....	36
2.4.2.1 Strategisches Management	36
2.4.2.2 Qualitätsmanagement	38
2.4.2.3 Innovations- und Technologiemanagement	39

2.4.2.4	Umweltmanagement	41
2.4.2.5	Risikomanagement	42
2.4.3	Abschließende Beurteilung.....	43
3.	Ganzheitliche Produktionssysteme	45
3.1	Begriffsabgrenzungen	45
3.1.1	Produktion	45
3.1.2	System	46
3.1.3	Ganzheitlichkeit	50
3.1.4	GPS	52
3.2	Klassifikation historischer Entwicklungsansätze von GPS.....	54
3.2.1	Historische Entwicklungslinien von Produktionssystemen.....	54
3.2.2	Toyota Produktionssystem (TPS).....	59
3.3	Ziele eines GPS.....	65
3.4	Aufbau und Struktur eines GPS.....	67
3.4.1	Elemente	68
3.4.2	Methoden und Prinzipien.....	72
3.5	Forschungsstand zu GPS	75
3.5.1	Ansätze zum Forschungsgebiet GPS.....	75
3.5.2	Studien zum Forschungsgebiet GPS	79
3.5.3	Beurteilung bestehender GPS-Studien	82
4.	Forschungskonzeption	85
4.1	Konzeptionelles Modell und Forschungsfragen	85
4.2	Datenerhebung.....	88
4.2.1	Auswahl des Erhebungsinstruments.....	88
4.2.2	Aufbau und Inhalt des Fragebogens	90
4.2.3	Durchführung der Studie.....	91
4.2.3.1	Auswahl der Unternehmen	91
4.2.3.2	Datenerfassung und -aufbereitung	93
4.3	Auswahl der Methoden zur Analyse der Datenbasis	94
4.4	Kreuztabellierung und Kontingenzanalyse.....	97
5.	Ergebnisse der empirischen Analyse	101
5.1	Deskriptive Analyse der Unternehmensgesamtheit	101
5.1.1	Untersuchungsdimension I: Unternehmensstruktur.....	101
5.1.1.1	Unternehmensspezifische Merkmale	101

5.1.1.2	Produktionsspezifische Merkmale	106
5.1.2	Untersuchungsdimension II: Innovationsbereitschaft	110
5.1.2.1	Wettbewerbsstrategien und Innovationsaktivitäten	110
5.1.2.2	Organisatorische und produktionstechnische Innovationen	114
5.1.3	Untersuchungsdimension III: GPS	119
5.1.3.1	Erfahrungsstand	119
5.1.3.2	Verbreitungs- und Umsetzungsstand innerhalb des produzierenden Gewerbes	122
5.1.3.3	Kosten und Nutzen	124
5.1.3.4	Elemente für den Erfolg eines GPS	126
5.1.3.5	Methoden und Prinzipien für den Erfolg eines GPS	130
5.1.3.6	Bedingungen und zukünftiger Handlungsbedarf für eine erfolgreiche Umsetzung von GPS	135
5.1.4	Zusammenfassung der deskriptiven Ergebnisse	138
5.2	Betriebliche Rahmenbedingungen für die Implementierung eines GPS im Mittelstand	142
5.2.1	Anzahl der Mitarbeiter in der Produktion	143
5.2.2	Fertigungstiefe	147
5.2.3	Produkttypisierungsgrad	151
5.2.4	Fertigungsauftragsgröße	153
5.2.5	Organisationsform	156
5.2.6	Wettbewerbsstrategie	158
5.2.7	Branche	161
5.2.8	Arbeitnehmervertretung	164
5.2.9	Zusammenfassung der betrieblichen Rahmenbedingungen	167
6.	Zusammenfassung und Ausblick	171
	Literaturverzeichnis	179
	Anhang	215