

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	<u>Seite</u>
Vorwort	3
Verzeichnis der Übersichten	8
I. Einleitung	
A. Die Zielsetzung der Arbeit	10
B. Der Begriff "mittelständischer Einzelhandelsunternehmer"	12
II. Hauptteil	
A. Das Ziel des Unternehmers	15
1. Das Unternehmerziel als Komponente der Unternehmerhandlung	15
2. Das Unternehmerziel als Determinante der Unternehmerhandlung	20
a) Die Funktionen des Unternehmerzieles	20
b) Die Dimensionen des Unternehmerzieles	25
(1) Der Zielinhalt	25
(2) Das Zielausmaß	27
(3) Die Zielperiode	33
B. Die Zielkonzeption des Unternehmers	34
1. Der Begriff "Zielkonzeption des Unternehmers"	34
2. Die Anforderungen an die Zielkonzeption des Unternehmers	35
a) Die materialen Anforderungen	36
(1) Die Anforderung der Kompatibilität	36
(2) Die Anforderung der Rationalität	40
(3) Die Anforderung der Elastizität	44
b) Die formalen Anforderungen	49
(1) Die Anforderung der Präskriptivität	49
(2) Die Anforderung der Operationalität	51
3. Die Strukturierung der Zielkonzeption des Unternehmers	52
C. Der Gewinn als Primärziel im Rahmen der Zielkonzeption des Unternehmers	57
1. Der Inhalt des Gewinnzieles	57
2. Das Ausmaß des Gewinnzieles	61
a) Der Gewinn als Extremierungsziel	61
(1) Die ideal-objektive Gewinnmaximierung	61

	<u>Seite</u>
(2) Die real-objektive Gewinnmaximierung	62
b) Der Gewinn als Satisfizierungsziel	66
3. Der Primat des Gewinnzieles	68
D. Die Sekundärziele im Rahmen der Zielkonzeption des Unternehmers	71
1. Die subjektiven Sekundärziele des Unternehmers	71
a) Die Sicherheit	71
b) Die Selbständigkeit	74
c) Das Unternehmungswachstum	75
d) Die gesellschaftliche Anerkennung	77
2. Die objektiven Sekundärziele des Unternehmers	79
a) Die Kundenversorgung	79
b) Die Mitarbeiterversorgung	80
c) Die Zahlungsfähigkeit	81
E. Die Zielkonzeption der mittelständischen Einzelhandelsunternehmer im Spiegel empirischer Untersuchungen	83
1. Zur Aufgabe empirischer Untersuchungen zur Zielkonzeption der mittelständischen Einzelhandelsunternehmer	83
2. Zur Methode empirischer Untersuchungen zur Zielkonzeption der mittelständischen Einzelhandelsunternehmer	88
3. Zum Ergebnis empirischer Untersuchungen zur Zielkonzeption der mittelständischen Einzelhandelsunternehmer	96
a) Zur Struktur der Zielkonzeption der mittelständischen Einzelhandelsunternehmer unter dem Aspekt der Rationalität	97
(1) Zur Bewußtheit der Unternehmerziele	97
(2) Zur Gültigkeit der Unternehmerziele	99
(3) Zur Dringlichkeit der Unternehmerziele	101
b) Zur Struktur der Zielkonzeption der mittelständischen Einzelhandelsunternehmer unter dem Aspekt der Elastizität	111
(1) Zur Elastizität der Zieldringlichkeit bei zunehmendem Alter der Unternehmer	111

	<u>Seite</u>
(2) Zur Elastizität der Zieldringlichkeit bei zunehmender Tätigkeitsdauer der Unternehmer	113
(3) Zur Elastizität der Zieldringlichkeit bei abnehmender Dauer der noch geplanten Tätigkeit	115
(4) Zur Elastizität der Zieldringlichkeit bei zunehmender Größe der Unternehmung	116
(5) Zur Elastizität der Zieldringlichkeit bei unterschiedlicher Zusammensetzung des an der Zielbildung beteiligten Personenkreises	118
III. Schlußbetrachtung	121
Anhang	123
Literaturverzeichnis	140