

I N H A L T S V E R Z E I C H N I S

	<u>Seite</u>
VORWORT	I
VERZEICHNIS DER TABELLEN UND ÜBERSICHTEN	VI
Teil 1: Einführung	1
I. Die Bedeutung der Erforschung von Wettbewerbsvorteilen und -nachteilen mittelständischer Betriebe	1
II. Zum Erkenntnisstand der Wettbewerbssituation mittelständischer Betriebe	5
III. Zielsetzung und Durchführung	7
Teil 2: Die Analyse betriebsgrößenbedingter Wettbewerbsvorteile und -nachteile auf der Grundlage einer empirischen Erhebung	12
I. Die Erhebungsgrundlagen	12
A. Die Charakterisierung des Untersuchungssamples hinsichtlich ausgewählter Strukturmerkmale	12
B. Die Charakterisierung des Untersuchungssamples hinsichtlich ausgewählter qualitativer Merkmale	18
1. Die Umsatz- und Gewinnentwicklung	18
2. Die Planung der zukünftigen Betriebsgröße	21
II. Die generelle Beurteilung der Wettbewerbschancen mittelständischer Betriebe im Vergleich zu Großbetrieben	23
III. Die Bereiche der Wettbewerbsvorteile und -nachteile	26
A. Betriebsgrößenbedingte Wettbewerbsvorteile und -nachteile im innerbetrieblichen Bereich	26
1. Der Bereich der formalen Betriebsprozesse und des Rechnungswesens	26
a) Planung	27
b) Organisation	27
c) Kontrolle	30
d) Rechnungswesen	32

	<u>Seite</u>
2. Der Bereich der innerbetrieblichen Leistungsprozesse und der Finanzierung	34
a) Lagerung	34
b) Forschung und Entwicklung	36
c) Leistungserstellung	38
d) Finanzierung	40
3. Der Bereich des Personalwesens	42
a) Personalbeschaffung	42
b) Personalführung	44
c) Personalfortbildung	44
B. Betriebsgrößenbedingte Wettbewerbsvorteile und -nachteile im Rahmen des Marktbereichs (zwischenbetrieblicher Bereich)	47
1. Der Bereich der Beschaffungsmarktbeziehungen	47
a) Die Beurteilung der Wettbewerbsvorteile und -nachteile im Rahmen des Betriebsprozesses "Beschaffung"	48
b) Die Existenz und Beurteilung ausgewählter wettbewerbsrelevanter Merkmale der Beschaffungsmarktbeziehungen	48
2. Der Bereich der Absatzmarktbeziehungen	55
a) Die Beurteilung der Wettbewerbsvorteile und -nachteile im Rahmen des Betriebsprozesses "Absatz"	56
b) Die Existenz und Beurteilung ausgewählter wettbewerbsrelevanter Merkmale der Absatzmarktbeziehungen	56
c) Betriebsgrößenbedingte Wettbewerbsvorteile und -nachteile hinsichtlich des Einsatzes der absatzpolitischen Instrumente	63
ca) Die Preis- und Rabattpolitik	63
cb) Die Qualitätspolitik	65
cc) Die Produkt- und Sortimentspolitik	65
cd) Die Werbepolitik	68
ce) Die Konditionenpolitik	68

	<u>Seite</u>
C. Wettbewerbsvorteile im überbetrieblichen Bereich durch Förderungshilfen für mittelständische Betriebe	71
1. Der Kenntnisstand von Förderungshilfen in ausgewählten Bereichen	74
2. Der Grad des Interesses an Förderungshilfen in ausgewählten Bereichen	78
3. Der Nutzungsgrad von Förderungshilfen in ausgewählten Bereichen	81
4. Die Beurteilung der Handhabung der Förderungshilfen durch die mittelständischen Unternehmer	85
5. Die Beurteilung der Wirksamkeit von Förderungshilfen durch die mittelständischen Unternehmer	90
Teil 3: Zusammenfassung und Ausblick	94
LITERATURVERZEICHNIS	101
Fragebogen und Anschreiben	105