

Deloitte.Mittelstandsinstitut

an der Universität Bamberg

Wissen schafft Wert!



Univ.-Professor Dr. Wolfgang Becker

Mittelstand und Mittelstandsforschung

Bamberg, 15. Mai 2007



Mittelstand – Quantitative Merkmale

Wissen *schafft* Wert !

Mittelstandsdefinition des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM), Bonn 2002

Unternehmensgröße	Beschäftigte	Jahresumsatz	Zusätzlich verweist das Institut für Mittelstandsforschung Bonn auf die hohe Bedeutung qualitativer Merkmale.
Klein	0 bis 9	bis unter 1 Mio. EUR	
Mittel	10 bis 499	bis unter 50 Mio. EUR	
Groß	500 und mehr	50 Mio. EUR und mehr	

Mittelstandsdefinition der EU 2003

Unternehmensgröße	Beschäftigte	Jahresumsatz	Jahresbilanz
Kleinstunternehmen	0 bis 9	bis 1 Mio. EUR	bis 1,4 Mio. EUR
Kleinunternehmen	10 bis 49	bis 9 Mio. EUR	bis 10 Mio. EUR
Mittlere Unternehmen	50 bis 249	bis 50 Mio. EUR	bis 43 Mio. EUR

Wertschöpfung

- geschwächte Finanzierungskraft
- schwieriger Umgang mit Banken
- keine systematische Ergebnissteuerung
- Schwächen im Cash-Management
- keine wertorientierte Führung
- fehlendes Performance Management

Produkte/Kunden/Märkte

- fokussiertes, auf Marktnischen zielendes Handeln
- eher geringer Innovationsgrad
- regionale Verankerung der Aktivitäten
- enger Kontakt zu den Kunden
- zunehmend internationale Aktivitäten

Ressourcen

- eher geringe Eigenkapitalquote
- eher flache Organisation mit eher direkter Führung
- eher geringe Kapitalintensität
- eher niedriges Gehaltsniveau
- keine Mitbestimmung
- keine mitbestimmte Aufsicht

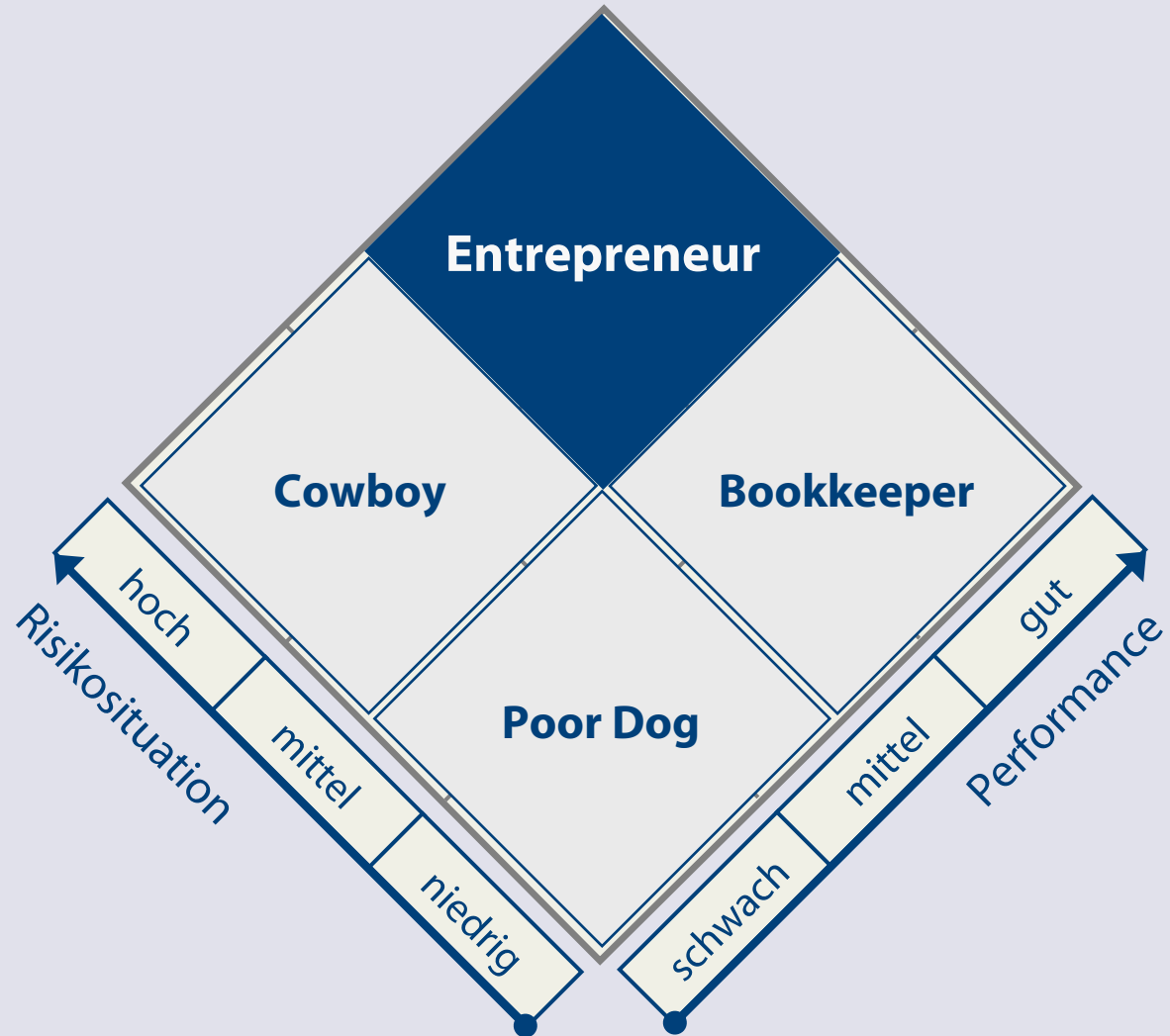
Prozess/Projekte

- oft nicht integrierte Führungs- und Controllingprozesse
- oft kein professionelles Projektmanagement
- operatives Handeln dominiert gegenüber strategischem Denken
- niedriger Automatisierungsgrad
- hohe Flexibilität

Unternehmerhandeln: Ausgleich von Risiko und Performance

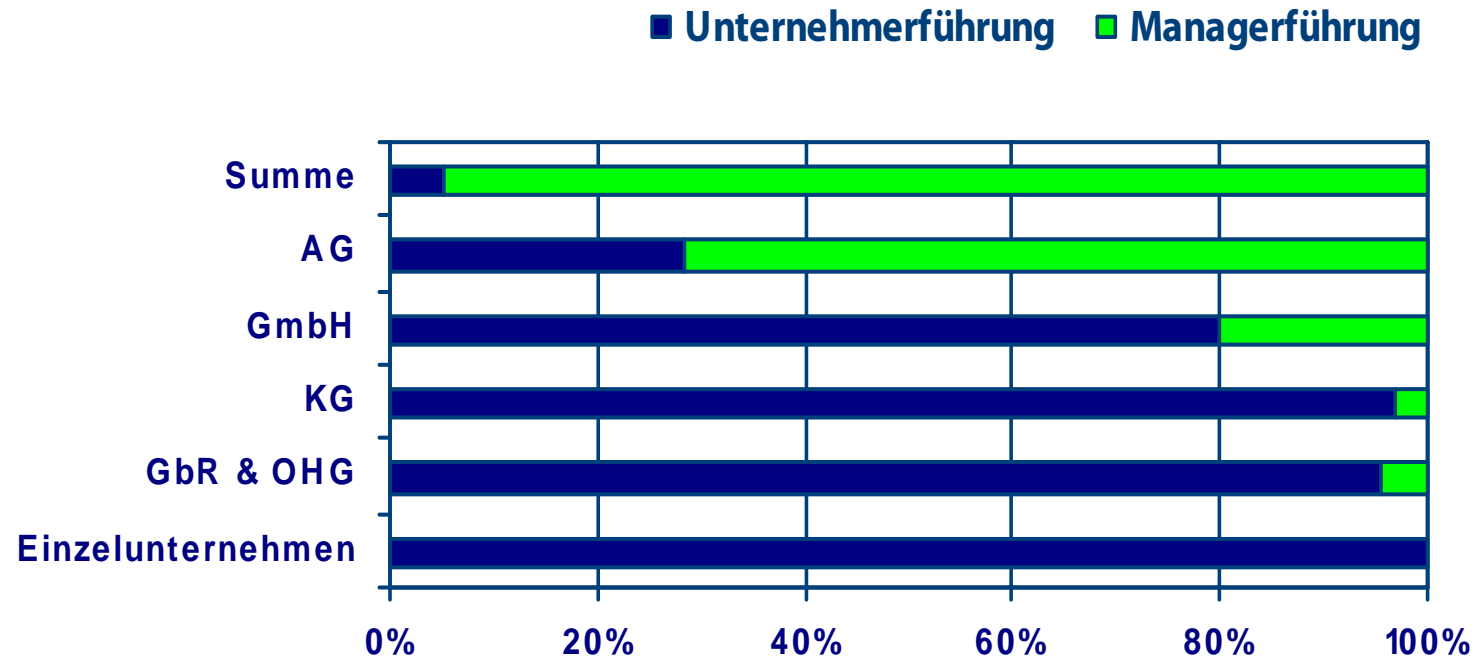
Wissen schafft Wert!

Unternehmen agieren
im Markt und
benötigen wirksame,
auf Erfolgsfaktoren
zugreifende
Vorgehensweisen der
Unternehmensführung



Unternehmerhandeln: Rechts- und Führungsstrukturen im Mittelstand

Wissen schafft Wert!



Vgl. Kayser, G. (IfM, Bonn): Was sind eigentlich kleine und mittlere Unternehmen (KMU)?, Diskussionsbeitrag, Berlin, 24. Nov. 2003

Besonderheiten mittelständischer Geschäftsmodelle

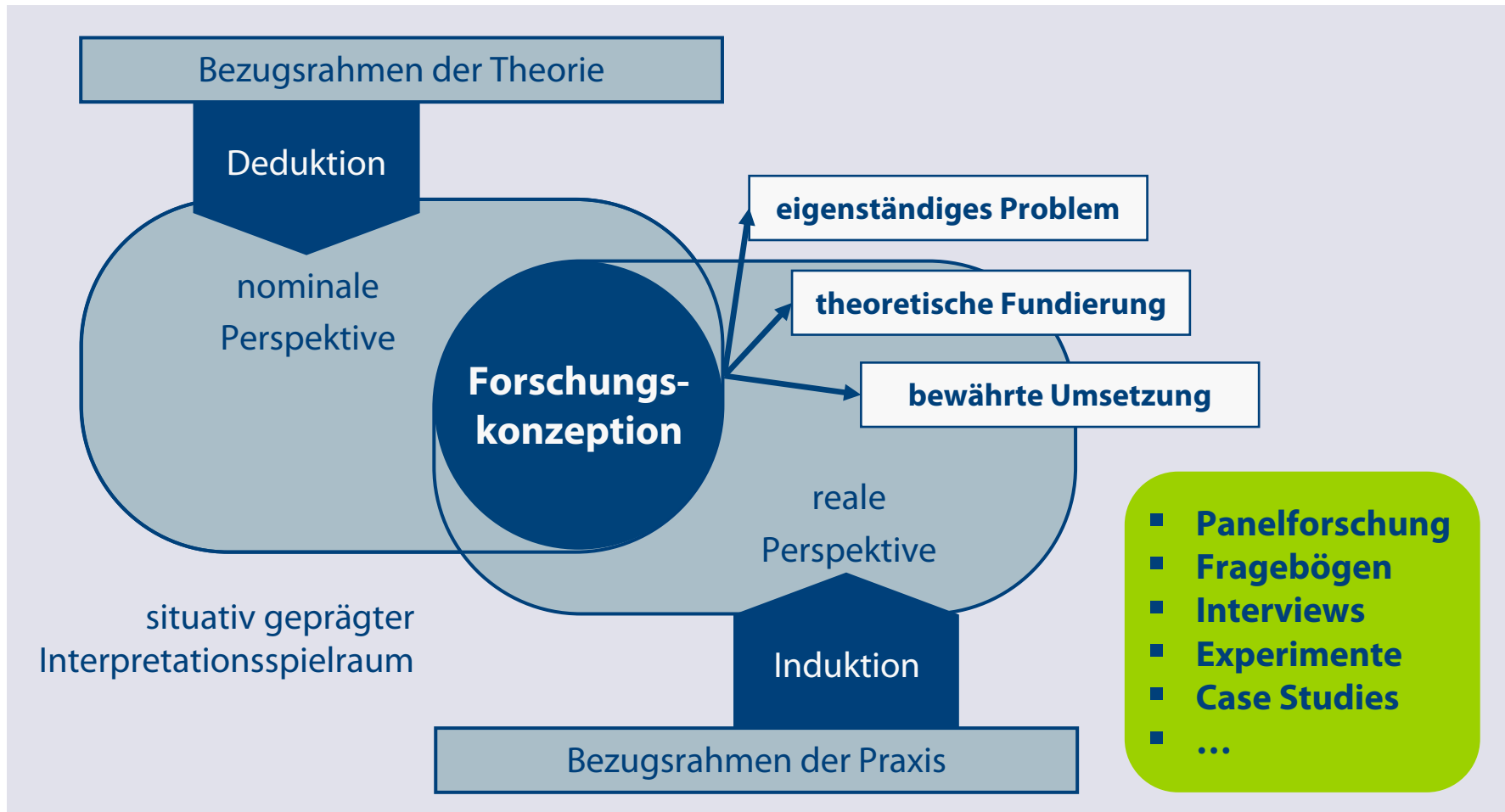
Wissen schafft Wert!



Anforderungen an die Mittelstandsforschung

Wissen *schafft* Wert !

- Der Mittelstand ist „neu“ zu definieren:
Die quantitativen Definitionsmerkmale sind zu erweitern; die qualitativen Definitionsmerkmale sind zu validieren.
- Der Mittelstand ist von den Eigentumsverhältnissen und der (den) Führungspersönlichkeit(en) (Unternehmer/Manager) geprägt.
- Der Mittelstand hat eine eigenständige Problemlandkarte und eigenständige Erfolgsfaktoren, die empirisch zu überprüfen und ihrer Entwicklung zu beobachten sind.
- Der Mittelstand benötigt eigenständige betriebswirtschaftliche Problemlösungen, die sich nicht als „abgespeckte“ Lösungen aus Großunternehmen, sondern als mittelständische Lösungen präsentieren.
- Der Mittelstand benötigt eigenständige Umsetzungskonzepte für solche Lösungen, die machbar sind (Finanzierung, Personaleinsatz, etc.)



In Anlehnung an: Becker, W.: Funktionsprinzipien des Controlling, in: ZfB, 60. Jg. (1990), H. 3, S. 295-318, hier S. 296.

Erfolgspotentiale als Voraussetzung für dauerhaften, überdurchschnittlichen Erfolg

Wissen schafft Wert!



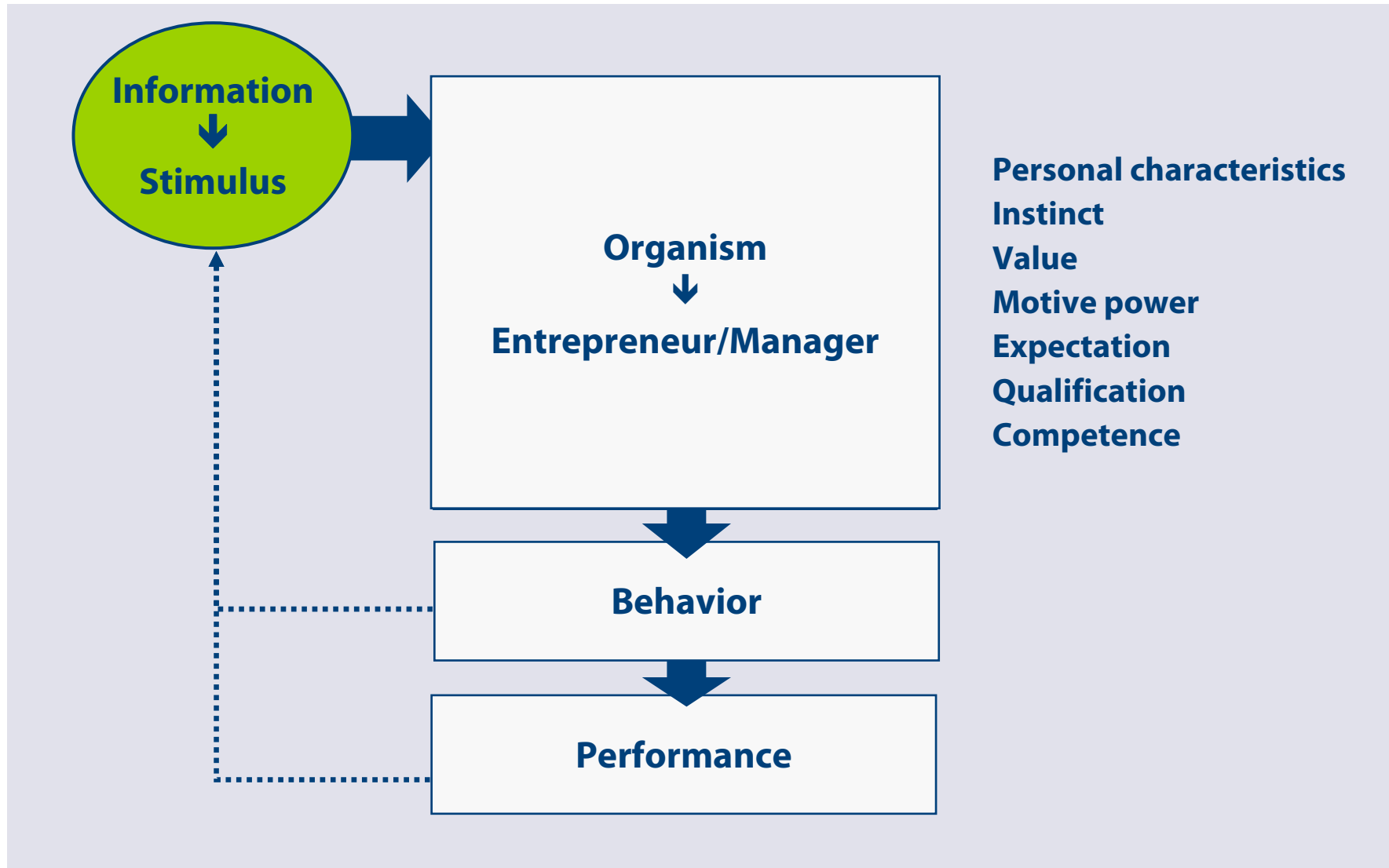
Panelforschung zur Ermittlung von Erfolgsfaktoren im Mittelstand

Wissen schafft Wert!



Experimentelle Erforschung des Unternehmerhandelns im Mittelstand

Wissen schafft Wert!



Impressum



Univ.-Professor Dr. Wolfgang Becker
Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Feldkirchenstraße 21 - D-96045 Bamberg
Fon +49.[0]951.8632507
www.professorwbecker.de