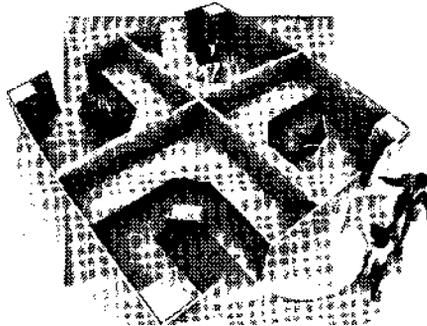


Klaus Hacker
Kurt W. Schönherr

Unternehmensnachfolge im Mittelstand

Vom Mitarbeiter
zum Unternehmer



ZfM
Zeitschrift für Management

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Hinweise zur verwendeten Terminologie.....	9
Abbildungsverzeichnis.....	14
Tabellenverzeichnis.....	15
Abkürzungsverzeichnis.....	16
1 Einführung.....	17
1.1 Problemstellung.....	17
1.2 Zielsetzung.....	19
1.3 Leitfaden zum Inhalt des Buches.....	19
2 Werte und Wertewandel.....	23
2.1 Definition und Abgrenzung des Wertebegriffs.....	23
2.1.1 Einstellungen.....	25
2.1.2 Normen.....	26
2.1.3 Bedürfnisse.....	26
2.2 Gesellschaftliche, individuelle und berufliche Werte.....	27
2.2.1 Gesellschaftliche Werte.....	27
2.2.2 Individuelle Werte.....	28
2.2.3 Berufliche Werte.....	29
2.3 Die Theorien zum Wertewandel in der Gesellschaft.....	30
2.3.1 Die Theorie des gesellschaftlichen Wertewandels nach Ronald Inglehart.....	30
2.3.2 Die Theorie des gesellschaftlichen Wertewandels nach Helmut Klages.....	32
2.3.3 Die Theorie zum Werteverfall nach Elisabeth Noelle-Neumann.....	33
2.4 Die Auswirkungen des gesellschaftlichen Wertewandels auf Führung und Zusammenarbeit im Unternehmen.....	36
3 Kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland.....	39
3.1 Begriffsdefinition und -abgrenzung.....	39
3.1.1 Abgrenzung von KMU nach quantitativen Merkmalen.....	40
3.1.2 Abgrenzung von KMU nach qualitativen Merkmalen.....	40
3.1.3 KMU als Familienunternehmen.....	41
3.2 Die Führung von KMU.....	41
3.2.1 Unternehmensführung und Mitarbeiterführung.....	43
3.2.2 Die Formen der Führung.....	47

3.2.3	Rechtliche Rahmenbedingungen zur Mitarbeiterführung in KMU.....	48
3.3	Die Rechtsformen von KMU.....	48
3.4	Typische Probleme von KMU.....	49
3.4.1	Finanzierung.....	49
3.4.2	Bürokratie kosten.....	50
3.4.3	Geringe Unterstützung in Wissenschaft, Politik und Öffentlichkeit.....	50
3.4.4	Die Nachfolge des Unternehmers.....	51
4	Die Nachfolge Problematik in mittelständischen Unternehmen....	53
4.1	Nachfolgesituationen.....	54
4.2	Die Formen der Unternehmensnachfolge.....	55
4.2.1	Die familieninterne Nachfolge bzw. Eigentums- übertragung.....	56
4.2.2	Die Übertragung des Unternehmens an Mitarbeiter.....	56
4.2.3	Die Übertragung des Unternehmens an Außenstehende.....	56
4.3	Häufige Gründe für das Scheitern der Unternehmensnachfolge ..	57
4.3.1	Persönliche Gründe des Unternehmers.....	57
4.3.2	Familiäre Gründe.....	59
4.3.3	Folgen der Führungsübergabe an Außenstehende.....	59
5	Die Unternehmensnachfolge aus der Mitarbeiterschaft.....	61
5.1	Das Mitunternehmertum als Konsequenz des Wertewandels in der Mitarbeiterführung.....	62
5.1.1	Wertewandel und Mitunternehmertum.....	62
5.1.2	Die Voraussetzungen zum Mitunternehmertum.....	63
5.1.3	Die Ziele des Mitunternehmertums.....	66
5.1.4	Die Grenzen des Mitunternehmertums.....	68
5.1.5	Die Führung im Mitunternehmertum.....	69
5.1.6	Das Mitunternehmertum in KMU.....	72
5.2	Das Miteigentümergehalt als Weiterführung des Mitunternehmer- tums.....	73
5.2.1	Die Implementierung des Miteigentümergehalts.....	74
5.2.2	Das Miteigentümergehalt aus der Sicht der Mitarbeiter.....	76
5.2.3	Das Miteigentümergehalt aus der Sicht des Unternehmens.....	77
5.2.4	Das Miteigentümergehalt aus der Sicht der Mitarbeiter und des Unternehmens.....	79
5.2.5	Die Entwicklungsstufen des Miteigentümergehalts.....	79

5.2.6 Die Auswirkungen des Miteigentümergebens.....	82
5.3 Das Miteigentümergeben als Möglichkeit der Unternehmensnachfolge.....	83
5.3.1 Grundsätzliche Überlegungen.....	83
5.3.2 Die Wünsche und Erwartungen der Stakeholder an die Nachfolge.....	84
5.3.2.1 Die Anliegen des Unternehmers.....	84
5.3.2.2 Die Anliegen des Unternehmerfamilie.....	85
5.3.2.3 Die Anliegen des Nachfolgers und der Mitarbeiter	87
5.3.2.4 Die Anliegen der Kunden und Lieferanten.....	88
5.3.2.5 Die Anliegen der Banken.....	89
5.3.2.6 Die Anliegen der Allgemeinheit.....	89
5.4 Die Umsetzung des Mitunternehmergebens und des Miteigen- tümergebens in die Praxis: Das Konzept „Heilbronn 55 Plus“.....	89
5.4.1 Die Berücksichtigung des gesellschaftlichen Wertewandels im Nachfolgeprozess.....	90
5.4.2 Das Konzept „Heilbronn 55 Plus“ für Unternehmensübergaben.....	91
5.4.2.1 Der Impuls zum Konzept.....	92
5.4.2.2 Beratung und Begleitung des Unternehmers durch den Moderator.....	95
5.4.2.3 Die Schritte zur Zielerreichung des Konzepts.....	96
6 Schlussbetrachtung.....	99
Anhang.....	105
Literaturverzeichnis.....	121
Die Autoren.....	125