

Inhaltsverzeichnis (ordinal)*

0. Executive Summary (Deutsch)	23
1. Executive Summary (English)	25
2. Executive Summary (Tschechisch)*	27
3. Vorwort	29
4. Einleitung und Problemaufriss	33
4.1. Einführung.....	33
4.2. Zielsetzung.....	37
4.3. Forschungsfragen.....	39
5. Konzeptionelle Abgrenzung	41
5.1. Wirtschaftspolitischer Zugang Kapitalismus (kapitalistische Struktur) versus Sozialismus (personalistische Struktur).....	41
5.2. Implikationen aus der Nachfolgeproblematik in Österreich.....	45
5.3. Implikationen aus der Nachfolgeproblematik in Oberösterreich.....	47
5.4. Implikationen aus der Nachfolgeproblematik am Südbahnhofmarkt.....	49
5.5. Untersuchungsrelevante Begriffsabgrenzungen.....	50
5.6. Einflussfaktor Marktordnung.....	63
6. Theoretischer Bezugsrahmen	65
6.1. Einleitung.....	65

6.2.	Bochumer Kompetenzmodell nach Kailer N.....	69
6.3.	Wettbewerbsstrategie nach Porter M. E.....	74
6.4.	Organisational Imprinting Ansatz nach Boecker P.	80
7.	Empirischer Bezugsrahmen.....	83
7.1.	Definition der Erhebungsart	84
7.2.	Definition deskriptiver Erhebungsbegriffe	86
7.3.	Befragungsrücklauf	87
7.4.	Interesse der Bezugsgruppe	88
7.5.	Interesse der Verantwortungsgruppen	90
8.	Ergebnisse der Untersuchung.....	93
8.1.	Allgemeine statistische Daten.....	93
8.2.	Aktuelle und zukünftige Tätigkeiten am Südbahnhofmarkt	117
8.3.	Nachfolgeplanung.....	123
8.4.	Empirischer Bezugsrahmen Bochumer Kompetenzmodell (Kailer N.).....	127
8.5.	Empirischer Bezugsrahmen der langfristigen strategischen Ausrichtung (Porter M. E.).....	153
8.6.	Empirischer Bezugsrahmen Imprinting Fehler (Boecker W.).....	183
9.	Gestaltungsempfehlung.....	187
9.1.	CD Corporate Designs.....	187
9.2.	CC Corporate Communication	188

9.3. CB Corporate Behavior.....	188
9.4. Produkte.....	189
9.5. Preisniveau.....	190
9.6. Vertrieb.....	191
9.7. Werbung.....	192
9.8. Netzwerk - Kommunikation.....	193
9.9. Netzwerk kooperatives Lernen.....	194
9.10. Erklärungszugang.....	194
9.11. Eine strategische Neuorientierung nach Zentes J.....	204
10. Fazit.....	215
11. Interessensbekundung der betroffenen Stellen.....	219
12. Literaturverzeichnis.....	225
13. Datenanhang CD.....	249

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Graphisches Inhaltsverzeichnis	13
Abbildung 2: Der Handel in Oberösterreich, Tradition und Zukunft,.....	22
Abbildung 3: Theodor Heine, Simplicissimus / Jg. 1904/05.....	30
Abbildung 4: Theoretischer Bezugsrahmen (eigene Darstellung)	66
Abbildung 5: Theoriezusammenhang (eigene Darstellung).....	68
Abbildung 6: Bochumer Kompetenzmodell, Kailer, N., et al., 2005, 89.....	74
Abbildung 7: Wettbewerbsstrategie, Porter, M., 1999, 75	75
Abbildung 8: Interessensaufkommen	89
Abbildung 9: Aggregierte Unternehmensbranchen.....	96
Abbildung 10: Mitarbeiteranzahl bei Gründung	98
Abbildung 11: Mitarbeiteranzahl heute.....	100
Abbildung 12: Mitarbeitervergleich.....	102
Abbildung 13: Alter der Person heute	105
Abbildung 14: Alter bei Gründung	107
Abbildung 15: Demographische Vergleichsdaten aus der Industriesoziologie, Euler, H. P., 1977, 244	108
Abbildung 16: Rechtsform des Unternehmens.....	110
Abbildung 17: Anzahl der Detailmärkte, aktuell	112
Abbildung 18: Unternehmensumsatz 2006	114
Abbildung 19: Eigenkapitalquote.....	116
Abbildung 20: Aktivität am Südbahnhofmarkt in 5 Jahren.....	120
Abbildung 21: Vergleichsdarstellung Aktivitäten, heute und in 5 Jahren	122
Abbildung 22: Umfang der Nachfolgeplanung	124
Abbildung 23: Dauer bis zur Übergabe.....	126
Abbildung 24: Berufserfahrung vor Gründung, in Jahren.....	129
Abbildung 25: Berufstätigkeit vor Selbständigkeit	131
Abbildung 26: Abgeschlossener Ausbildungsgrad	133
Abbildung 27: Externe Information: Allgemeine Informationsquellen	135
Abbildung 28: Externe Informationsquellen: Spezielle Informationsquellen	137

Abbildung 29: Externe Informationsquellen: Weiterbildungsseminare	139
Abbildung 30: Externe Informationsquellen: Elektronische Datenbanken	141
Abbildung 31: Externe Informationsquellen: Formale Netzwerke	145
Abbildung 32: Externe Informationsquellen: Informelle Treffen mit Branchenkollegen	147
Abbildung 33: Externe Informationsquellen: Gezielte Beratungsgespräche	149
Abbildung 34: Aggregierte Ansicht der Externen Informationsquellen	152
Abbildung 35: Langfristiger Erfolg: Netzwerke und Kooperation	154
Abbildung 36: Langfristiger Erfolg: Forschung und Innovation	156
Abbildung 37: Langfristiger Erfolg: Mitarbeiter-Know-how	158
Abbildung 38: Langfristiger Erfolg: Früher Übergabezeitpunkt	160
Abbildung 39: Unternehmensumfeld: Innovation der Mitbewerber	163
Abbildung 40: Langfristiger Erfolg: Qualität	165
Abbildung 41: Langfristiger Erfolg: Vertriebs-Know-how	167
Abbildung 42: Langfristiger Erfolg: Betriebswirtschaftliche Kenntnisse	169
Abbildung 43: Langfristiger Erfolg: Betriebswirtschaftliche Kenntnisse	170
Abbildung 44: Unternehmensumfeld: Kundenerkennung Qualität	173
Abbildung 47: Unternehmensumfeld: Kundenerkennung Öffnungszeit	178
Abbildung 48: Unternehmensumfeld: Kundenwert Bio	179
Abbildung 49: Unternehmensumfeld: Kundennutzen sozialer Kontakt	182

Abbildung 50: Strategische Fehler innerhalb 3 Jahre.....	184
Abbildung 51: Südbahnhoflogo neu (eigene Darstellung),.....	188
Abbildung 52: Einfluss auf die Entscheidung, Traditionsbewusstsein.....	198
Abbildung 53: Südbahnhofmarkt 2007	205
Abbildung 54: Bevölkerungsverteilung Linz 2007	211
Abbildung 55: Bevölkerungsdirektvergleich	212
Abbildung 56: Interessensbekundung Dr. Pühringer, J., 04.01.2006.....	220
Abbildung 57: Interessensbekundung, Hiesl, F., 02.02.2007.....	221
Abbildung 58: Interessensbekundung Dr. Dobusch, F., 06.06.2007.....	222
Abbildung 59: Interessensbekundung Köck, M. 06/2007	223
Abbildung 60: Interessensbekundung Dr. Trauner, R., 19.12.2005.....	224

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Unternehmensformen, Bert, R., 2003, 4.....	44
Tabelle 2: Unternehmenskategorie Mitarbeiterzahl, Grininger, C., 2005, 382	54
Tabelle 3: Unternehmenskategorie Umsatzgrenze, Grininger, C., 2005, 382	55
Tabelle 4: Unternehmenskategorie Bilanzsumme, Europäische Gemeinschaft, 2006, 15 ff.....	55
Tabelle 5: Interessensaufkommen	88
Tabelle 6: Gewerbe und Handwerk.....	94
Tabelle 7: Handel	94
Tabelle 8: Gastronomie / Tourismus	95
Tabelle 9: Aggregierte Unternehmensbranchen.....	95
Tabelle 10: Mitarbeiteranzahl bei Gründung	97
Tabelle 11: Mitarbeiteranzahl heute.....	99
Tabelle 12: Aggregation der Mitarbeiterdaten „heute“	101
Tabelle 13: Heutiges Alter der Personen.....	103
Tabelle 14: Alter der Person heute	104
Tabelle 15: Alter bei Gründung	105
Tabelle 16: Alter bei Gründung, detail.....	106
Tabelle 17: Rechtsform des Unternehmens.....	109
Tabelle 18: Anzahl der Detailmärkte, aktuell.....	111
Tabelle 19: Unternehmensumsatz 2006	113
Tabelle 20: Eigenkapitalquote.....	115

Tabelle 21: Aktuelle Aktivität am Südbahnhofmarkt	117
Tabelle 22: Aktivität am Südbahnhofmarkt in 5 Jahren	119
Tabelle 23: Umfang der Nachfolgeplanung.....	123
Tabelle 24: Dauer bis zur Übergabe	125
Tabelle 25: Berufserfahrung vor der Gründung.....	127
Tabelle 26: Berufserfahrung vor der Gründung, Detail	128
Tabelle 27: Berufstätigkeit vor Selbständigkeit.....	130
Tabelle 28: Abgeschlossener Ausbildungsgrad	132
Tabelle 29: Externe Information:	
Allgemeine Informationsquellen	134
Tabelle 30: Externe Informationsquellen:	
Spezielle Informationsquellen	136
Tabelle 31: Externe Informationsquellen:	
Weiterbildungsseminare	138
Tabelle 32: Externe Informationsquellen:	
Elektronische Datenbanken	140
Tabelle 33: Externe Informationsquellen:	
Formale Netzwerke.....	142
Tabelle 34: Externe Informationsquellen:	
Informelle Treffen mit Branchenkollegen	146
Tabelle 35: Externe Informationsquellen:	
Gezielte Beratungsgespräche.....	148
Tabelle 36: Korrelationsberechnung.....	150
Tabelle 37: Aggregierte Ansicht der	
Externen Informationsquellen.....	151

Tabelle 38: Langfristiger Erfolg:	
Netzwerke und Kooperation	153
Tabelle 39: Langfristiger Erfolg:	
Forschung und Innovation	155
Tabelle 40: Langfristiger Erfolg:	
Mitarbeiter-Know-how	157
Tabelle 41: Langfristiger Erfolg:	
Früher Übergabezeitpunkt.....	159
Tabelle 42: Korrelationsberechnung	161
Tabelle 43: Unternehmensumfeld:	
Innovation der Mitbewerber.....	162
Tabelle 44: Langfristiger Erfolg:	
Qualität.....	164
Tabelle 45: Langfristiger Erfolg:	
Vertriebs-Know-how	166
Tabelle 46: Langfristiger Erfolg:	
Betriebswirtschaftliche Kenntnisse	168
Tabelle 47: Langfristiger Erfolg:	
Betriebswirtschaftliche Kenntnisse	170
Tabelle 48: Rechnungswesen und Controlling als Erfolgsfaktor	171
Tabelle 49: Unternehmensumfeld:	
Kundenerkennung Qualität	172
Tabelle 50: Qualitätsbeurteilung durch Konsumenten	174
Tabelle 51: Unternehmensumfeld:	
Kundenerkennung Öffnungszeit	176

Tabelle 52: Unternehmensumfeld:

Kundenwert Bio	178
-----------------------------	-----

Tabelle 53: Unternehmensumfeld:

Kundennutzen sozialer Kontakt	180
--	-----

Tabelle 54: Strategische Fehler innerhalb 3 Jahre	183
--	-----

Tabelle 55: Einfluss auf die Entscheidung, Traditionsbewusstsein	197
---	-----

Tabelle 56: Bevölkerungsdirektvergleich (in Prozent)	212
---	-----