

## Inhaltsübersicht

<b>Vorwort der Herausgeber .....</b>	<b>I</b>
<b>Vorwort des Autors .....</b>	<b>III</b>
<b>Inhaltsübersicht .....</b>	<b>V</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XIII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XIX</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Zielsetzung .....	1
1.2 Theoretischer Bezugsrahmen .....	3
1.3 Abgrenzung und Gang der Untersuchung .....	6
<b>2. Konzeptionelle Basis .....</b>	<b>11</b>
2.1 Mittelständische Unternehmer .....	11
2.2 Lebenszyklus .....	25
2.3 Private Finanzplanung für Unternehmer .....	51
2.4 Zusammenfassung der konzeptionellen Basis .....	69
<b>3. Determinanten der Nachfrage nach Unternehmer-Finanzplanung .....</b>	<b>73</b>
3.1 Erklärungskomponenten für das Verhalten von Unternehmern .....	73
3.2 Unternehmer-Finanzplanungsspezifische Erweiterungen .....	157
3.3 Modell zur Erklärung der Nachfrage nach Unternehmer-Finanzplanung .....	177
3.4 Zusammenfassung der Nachfrage-Determinanten .....	180
<b>4. Empirische Untersuchung der Anforderungen von Unternehmern an eine Unternehmer-Finanzplanung .....</b>	<b>189</b>
4.1 Zielsetzung der empirischen Untersuchung .....	189

4.2	Gegenstand und Umfang der empirischen Untersuchung .....	191
4.3	Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	200
4.4	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	265
<b>5.</b>	<b>Implikationen für ein Geschäftsmodell.....</b>	<b>275</b>
5.1	Gegenstand, Ziel und Umfang der qualitativen Befragung.....	275
5.2	Implikationen der theoretischen Ergebnisse.....	278
5.3	Implikationen der empirischen Untersuchung.....	280
5.4	Ergebnisse der Experten-Befragung.....	282
5.5	Spezifische Lösungs- und Beratungsansätze.....	296
<b>6.</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick.....</b>	<b>307</b>
	<b>Anhang.....</b>	<b>313</b>
<b>A</b>	<b>Definitionsvergleiche.....</b>	<b>313</b>
a	Definition Tilmes.....	313
b	Definition Kloepfer.....	315
c	Definition Schäfer/Unkel.....	316
d	Definition Kruschev.....	317
e	Definition Hochberger.....	318
f	Definition Gebistorf.....	319
<b>B</b>	<b>Fragebogen.....</b>	<b>321</b>
<b>C</b>	<b>F-Werte der Cluster.....</b>	<b>330</b>
<b>D</b>	<b>Interviewleitfaden Experteninterviews.....</b>	<b>333</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>335</b>

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort der Herausgeber .....</b>	<b>I</b>
<b>Vorwort des Autors .....</b>	<b>III</b>
<b>Inhaltsübersicht .....</b>	<b>V</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XIII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XIX</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Zielsetzung .....	1
1.2 Theoretischer Bezugsrahmen .....	3
1.3 Abgrenzung und Gang der Untersuchung .....	6
<b>2. Konzeptionelle Basis .....</b>	<b>11</b>
2.1 Mittelständische Unternehmer .....	11
2.1.1 Definition und Abgrenzung .....	12
2.1.2 Wesen und Bedeutung .....	19
2.2 Lebenszyklus .....	25
2.2.1 Begriff des Lebenszyklus .....	25
2.2.2 Unternehmenslebenszyklus .....	26
2.2.2.1 Grundlagen des Unternehmenslebenszyklus .....	26
2.2.2.2 Übersicht bestehender Modelle .....	27
2.2.2.3 Evolutions- und Revolutions-Modell nach Greiner .....	30
2.2.2.4 Strukturänderungsmodell nach Churchill/Lewis .....	33
2.2.2.5 Nutzenpotential-Lebenszyklus nach Pümpin/Prange .....	35
2.2.2.6 Kritische Würdigung der Ansätze .....	38
2.2.3 Persönlicher Lebenszyklus .....	39
2.2.3.1 Grundlagen des Persönlichen Lebenszyklus .....	39



3.1.5.1	Überblick und Einteilung .....	115
3.1.5.2	Politisch-rechtliche Faktoren.....	116
3.1.5.3	Makroökonomische Faktoren.....	117
3.1.5.4	Ökologische Faktoren .....	118
3.1.5.5	Soziokulturelle Faktoren .....	119
3.1.5.6	Technologische Faktoren .....	120
3.1.5.7	Branchenanalyse.....	122
3.1.6	Psychologische Determinanten .....	126
3.1.6.1	Grundüberlegungen.....	126
3.1.6.2	Aktivierende Prozesse .....	127
3.1.6.3	Kognitive Prozesse und Entscheidungen .....	134
3.1.7	Verhaltensökonomische Einflüsse .....	140
3.1.7.1	Gegenstand der Verhaltensökonomie .....	140
3.1.7.2	Die Prospect Theorie als Grundlage verhaltensökonomischer Erklärungsansätze .....	143
3.1.7.2.1	Grundzüge der Prospect Theorie .....	143
3.1.7.2.2	Unternehmereinkommen und Konsumglättung.....	146
3.1.7.2.3	Sunk-Costs-Effekt und Eigenkapitalerhöhung .....	149
3.1.7.3	Weitere verhaltensökonomische Erklärungsansätze .....	150
3.1.7.3.1	Mentale Buchführung und ineffizientes Risikomanagement.....	151
3.1.7.3.2	Hyperbolische Diskontierung und Nachfolgeplanung	152
3.1.8	Komplexität des Zielsystems .....	154
3.2	Unternehmer-Finanzplanungsspezifische Erweiterungen.....	157
3.2.1	Grundüberlegungen.....	157
3.2.2	Erweiterungen durch die Besonderheiten der Beratung von Eigentümerunternehmen .....	157
3.2.2.1	Beratungsangebote .....	158
3.2.2.2	Herausforderungen der Beratung .....	162

3.2.3	Erweiterungen durch die Neue Institutionenökonomik .....	164
3.2.3.1	Grundzüge der Neuen Institutionenökonomik .....	164
3.2.3.2	Property Rights Theorie .....	167
3.2.3.3	Ökonomische Vertragstheorie .....	168
3.2.3.4	Transaktionskostenökonomie .....	172
3.2.3.5	Informationsökonomie .....	174
3.3	Modell zur Erklärung der Nachfrage nach Unternehmer-Finanzplanung. ....	177
3.3.1	Modellannahmen und -limitationen .....	177
3.3.2	Modelldimensionen .....	178
3.4	Zusammenfassung der Nachfrage-Determinanten .....	180
<b>4.</b>	<b>Empirische Untersuchung der Anforderungen von Unternehmern an eine Unternehmer-Finanzplanung.....</b>	<b>189</b>
4.1	Zielsetzung der empirischen Untersuchung .....	189
4.2	Gegenstand und Umfang der empirischen Untersuchung.....	191
4.2.1	Design der empirischen Erhebung .....	191
4.2.1.1	Erhebungsinstrument und Struktur des Fragebogens.....	191
4.2.1.2	Prozess der Befragung.....	194
4.2.2	Design der Datenauswertung.....	195
4.3	Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	200
4.3.1	Struktur des Rücklaufs der Untersuchung.....	200
4.3.1.1	Soziodemographische Strukturvariablen.....	201
4.3.1.2	Sozioökonomische Strukturvariablen .....	203
4.3.1.3	Unternehmensstrukturvariablen .....	205
4.3.1.4	Erfahrungsvariablen .....	208
4.3.2	Definition von Unternehmertypen .....	211
4.3.2.1	Typologisierung nach Demographievariablen .....	211
4.3.2.2	Typologisierung nach Erfahrungsvariablen .....	212
4.3.2.3	Typologisierung nach Unternehmensgröße-Finanzien-Alter. ....	214

4.3.2.4	Typologisierung nach Nachfolge-Lebenszyklus-Variablen..	216
4.3.2.5	Typologisierung nach Finanzierungsvariablen .....	217
4.3.3	Analyse der Ziel- und Risikodimensionen .....	219
4.3.3.1	Analyse der Systematik und Quantifizierung von Zielen .....	219
4.3.3.2	Analyse der Risikoeinschätzung .....	230
4.3.4	Analyse der Anforderungen an die Unternehmer-Finanzplanung ..	240
4.3.4.1	Analyse der Gründe und Ziele der Leistungsnachfrage .....	240
4.3.4.2	Analyse der Anforderungen an die Gestaltung der Beratungsdienstleistung .....	250
4.4	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	265
<b>5.</b>	<b>Implikationen für ein Geschäftsmodell.....</b>	<b>275</b>
5.1	Gegenstand, Ziel und Umfang der qualitativen Befragung.....	275
5.2	Implikationen der theoretischen Ergebnisse.....	278
5.3	Implikationen der empirischen Untersuchung.....	280
5.4	Ergebnisse der Experten-Befragung.....	282
5.5	Spezifische Lösungs- und Beratungsansätze.....	296
<b>6.</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick.....</b>	<b>307</b>
<b>Anhang</b>	.....	<b>313</b>
<b>A</b>	<b>Definitionsvergleiche.....</b>	<b>313</b>
a	Definition Tilmes.....	313
b	Definition Kloepfer.....	315
c	Definition Schäfer/Unkel.....	316
d	Definition Kruschev.....	317
e	Definition Hochberger.....	318
f	Definition Gebistorf.....	319
<b>B</b>	<b>Fragebogen.....</b>	<b>321</b>

---

<b>C F-Werte der Cluster .....</b>	<b>330</b>
<b>D Interviewleitfaden Experteninterviews .....</b>	<b>333</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>335</b>

## Abbildungsverzeichnis

### Kapitel 1

Abbildung 1-1:	Praktische und theoretische Relevanz .....	3
Abbildung 1-2:	Gang der Untersuchung .....	8
Abbildung 2-1:	Abgrenzung der Unternehmen nach Größenklassen .....	14

### Kapitel 2

Abbildung 2-2:	Mittelstand: Abgrenzung nach quantitativen und qualitativen Definitionenmerkmalen .....	18
Abbildung 2-3:	Lebenszyklusmodelle .....	28
Abbildung 2-4:	Evolutions- und Revolutions-Modell nach Greiner .....	31
Abbildung 2-5:	Lebenszyklusphasen nach Churchill/Lewis.....	33
Abbildung 2-6:	Nutzenpotential-Lebenszyklus nach Pümpin/Prange .....	36
Abbildung 2-7:	Lebenszyklus nach Levinson.....	41
Abbildung 2-8:	Familien-Lebenszyklus nach Kroeber-Riel .....	44
Abbildung 2-9:	Veränderungen und Herausforderungen im Familien- Lebenszyklus .....	45
Abbildung 2-10:	Lebenszyklus der Unternehmerfamilie nach Gersick et al.....	47
Abbildung 2-11:	Synthese aus Unternehmens- und persönlichem Lebenszyklus..	49
Abbildung 2-12:	Kennzeichen/Herausforderungen im Unternehmer- Lebenszyklus .....	50
Abbildung 2-13:	Definitionsvergleich.....	56
Abbildung 2-14:	Der Finanzplanungsprozess .....	59

### Kapitel 3

Abbildung 3-1:	System des Entscheidungssubjekts Unternehmer .....	74
Abbildung 3-2:	Unterscheidungsmerkmale zwischen Familienverfassung und Gesellschaftsvertrag.....	80

Abbildung 3-3:	Vermögensverteilung von Unternehmern und Nicht-Unternehmern in den USA .....	83
Abbildung 3-4:	Einkommensverteilung eines Selbständigen-Haushalts .....	85
Abbildung 3-5:	Rechtliche und steuerliche Konflikttrias .....	88
Abbildung 3-6:	Spannungsfeld zwischen Sachzwängen und gesellschaftlicher Verantwortung .....	94
Abbildung 3-7:	Verteilung der Eigentümerunternehmen nach Rechtsformen in Deutschland in 2001 .....	97
Abbildung 3-8:	Finanzierungssystematik.....	105
Abbildung 3-9:	Motive privat gehaltener Familienunternehmen bei der Fremdkapitalaufnahme .....	110
Abbildung 3-10:	Bedeutung der Finanzierungsquellen nach Größe des Unternehmens .....	112
Abbildung 3-11:	Die Technologie-S-Kurve.....	121
Abbildung 3-12:	Unternehmensgrößenverteilung nach Wirtschaftszweigen ....	123
Abbildung 3-13:	Zusammenhang zwischen aktivierenden Prozessen und Verhalten.....	133
Abbildung 3-14:	SOR-Modell.....	135
Abbildung 3-15:	Teilgebiete der Neuen Institutionenökonomie .....	167
Abbildung 3-16:	Modell der Nachfrage nach Unternehmer-Finanzplanung .....	179

#### **Kapitel 4**

Abbildung 4-1:	Bezugsrahmen der empirischen Untersuchung .....	190
Abbildung 4-2:	Prozess der Datenauswertung .....	197
Abbildung 4-3:	Strukturvariablen.....	201
Abbildung 4-4:	Soziodemographisches Profil des Untersuchungsrücklaufs ...	202
Abbildung 4-5:	Sozioökonomisches Profil des Untersuchungsrücklaufs.....	204
Abbildung 4-6:	Profil der Strukturvariablen der Unternehmung (Teil I) .....	206
Abbildung 4-7:	Profil der Strukturvariablen der Unternehmung (Teil II) .....	207

Abbildung 4-8:	Profil der Erfahrungsvariablen .....	209
Abbildung 4-9:	Profil der Finanzierung .....	210
Abbildung 4-10:	Unternehmertypen auf Basis von Demographievariablen.....	212
Abbildung 4-11:	Unternehmertypen auf Basis von Erfahrungsvariablen.....	213
Abbildung 4-12:	Unternehmertypen auf Basis der Variablen Unternehmensgröße-Finanzien-Alter .....	215
Abbildung 4-13:	Unternehmertypen nach Nachfolge-Lebenszyklus-Variablen	217
Abbildung 4-14:	Unternehmertypen auf Basis von Finanzierungsvariablen.....	219
Abbildung 4-15:	Ziele des Zielsystems und deren Wichtigkeit.....	220
Abbildung 4-16:	Unternehmertypenspezifische Ziele des Zielsystems I .....	222
Abbildung 4-17:	Unternehmertypenspezifische Ziele des Zielsystems II .....	223
Abbildung 4-18:	Unternehmertypenspezifische Wichtigkeit der Ziele I.....	224
Abbildung 4-19:	Unternehmertypenspezifische Wichtigkeit der Ziele II .....	226
Abbildung 4-20:	Fristigkeit der Ziele des Zielsystems .....	227
Abbildung 4-21:	Unternehmertypenspezifische Fristigkeit von Zielen.....	228
Abbildung 4-22:	Zielquantifizierung.....	229
Abbildung 4-23:	Unternehmertypenspezifische Zielquantifizierung .....	230
Abbildung 4-24:	Risikowahrnehmung und Wichtigkeit der Risiken.....	231
Abbildung 4-25:	Unternehmertypenspezifische Risikowahrnehmung I.....	232
Abbildung 4-26:	Unternehmertypenspezifische Risikowahrnehmung II .....	233
Abbildung 4-27:	Unternehmertypenspezifische Wichtigkeit der Risiken I.....	235
Abbildung 4-28:	Unternehmertypenspezifische Wichtigkeit der Risiken II .....	236
Abbildung 4-29:	Ansprechpartner zur Risikoabsicherung.....	237
Abbildung 4-30:	Unternehmertypenspezifische Ansprechpartner I .....	238
Abbildung 4-31:	Unternehmertypenspezifische Ansprechpartner II .....	239
Abbildung 4-32:	Unternehmer-Finanzplanung Erfahrung.....	240
Abbildung 4-33:	Nachfragegründe nach Unternehmer-Finanzplanung.....	241
Abbildung 4-34:	Unternehmertypenspezifische Gründe für UFP I .....	242
Abbildung 4-35:	Unternehmertypenspezifische Gründe für UFP II.....	243

Abbildung 4-36:	Ziele von Unternehmer-Finanzplanung.....	244
Abbildung 4-37:	Unternehmertypenspezifische Ziele von UFP I.....	246
Abbildung 4-38:	Unternehmertypenspezifische Ziele von UFP II.....	247
Abbildung 4-39:	Unternehmertypenspezifische Wichtigkeit der UFP-Ziele I..	248
Abbildung 4-40:	Unternehmertypenspezifische Wichtigkeit der UFP-Ziele II.	249
Abbildung 4-41:	Bestandteile von Unternehmer-Finanzplanung .....	250
Abbildung 4-42:	Unternehmertypenspezifische Bestandteile von UFP .....	252
Abbildung 4-43:	Wichtigkeit der Bestandteile von UFP nach einzelnen Unternehmertypen.....	253
Abbildung 4-44:	Wichtigkeit potentieller Eigenschaften von UFP .....	254
Abbildung 4-45:	Wichtigkeit von UFP-Eigenschaften nach Unternehmertypen	255
Abbildung 4-46:	Anforderungen an die Kompetenzen der Anbieter.....	256
Abbildung 4-47:	Unternehmertypenspezifische Kompetenzen der Anbieter ....	257
Abbildung 4-48:	Unternehmertypenspezifische Wichtigkeit der Kompetenzen	259
Abbildung 4-49:	Zutrauen einer Unternehmer-Finanzplanung.....	260
Abbildung 4-50:	Unternehmertypenspezifisches Zutrauen.....	261
Abbildung 4-51:	Zahlungsbereitschaft und Honorarhöhe.....	262
Abbildung 4-52:	Unternehmertypenspezifische Zahlungsbereitschaft.....	263
Abbildung 4-53:	Unternehmertypenspezifische Honorarhöhe .....	264
Abbildung 4-54:	Informationsbereitschaft .....	264
Abbildung 4-55:	Unternehmertypenspezifische Informationsbereitschaft .....	265

## Kapitel 5

Abbildung 5-1:	Potentialeinschätzung von Unternehmer-Finanzplanung.....	285
Abbildung 5-2:	Berücksichtigung der Top-Gründe für Unternehmer- Finanzplanung durch Anbieter.....	286
Abbildung 5-3:	Berücksichtigung der Top-Ziele für Unternehmer- Finanzplanung durch Anbieter.....	287

Abbildung 5-4:	Berücksichtigung der Top-Bestandteile einer Unternehmer-Finanzplanung durch Anbieter .....	288
Abbildung 5-5:	Nachfrageorientierte Segmentierung durch Anbieter.....	290
Abbildung 5-6:	Abdeckung der geforderten Top-Kompetenzen durch die verschiedenen Anbieter .....	291
Abbildung 5-7:	Potential bestimmter Anbietergruppen.....	292
Abbildung 5-8:	Honorarbereitschaft der Eigner.....	294
Abbildung 5-9:	Nutzung der Informationsbereitschaft .....	295
Abbildung 5-10:	Zahlungsströme der Vergütung .....	303

## **Anhang**

Abbildung 0-1:	F-Werte Demographievariablen .....	330
Abbildung 0-2:	F-Werte Erfahrungsvariablen .....	330
Abbildung 0-3:	F-Werte Variablen Unternehmensgröße-Finanzien-Alter .....	331
Abbildung 0-4:	F-Werte Variablen Nachfolge-Lebenszyklus .....	332
Abbildung 0-5:	F-Werte Finanzierungsvariablen .....	332