

Inhalt

Von der Wirtschaftskrise zur Unternehmenskrise..... 11

Alexander Kefßler, Katharina Stummer, Judith Schmid

1	Ausgangssituation und Ziel der Studie.....	11
2	Begriffliche Grundlagen	13
2.1	Krisenbetroffenheit und Unternehmenskrisen	13
2.2	Krisenmanagement	18
2.3	Unternehmenserfolg	19
3	Konzeption und Umsetzung der Studie	20
3.1	Analysemodell und Erhebungsinstrument	20
3.2	Grundgesamtheit und Erhebungsmethode	24
3.3	Beschreibung des Datensatzes	25
3.4	Erläuterungen zu den Messmethoden und statistischen Analysen.....	29
4	Literaturverzeichnis	35

Ausgangslage vor der Wirtschaftskrise, Krisenbetroffenheit und Krisenmanagement 39

Alexander Kefßler, Hermann Frank, Dietmar Rößl

1	Ausgangslage vor der Wirtschaftskrise.....	39
2	Krisenbetroffenheit	44
2.1	Krisenvermeidung.....	44
2.2	Krisenausmaß	48
2.3	Krisenvermeidung je nach Ausgangslage vor der Wirtschaftskrise	49
2.4	Krisenausmaß je nach Ausgangslage vor der Wirtschaftskrise.....	50
3	Krisenmanagement	51
3.1	Krisenmanagementmaßnahmen.....	51
3.2	Krisenmanagementmaßnahmen je nach Ausgangslage vor der Wirtschaftskrise.....	56
3.3	Krisenmanagementmaßnahmen und Krisenbetroffenheit bzw. Krisenvermeidung.....	59
3.4	Krisenmanagementmaßnahmen und Krisenausmaß	61
3.5	Krisenmanagementmaßnahmen und Erfolg.....	64
4	Literaturverzeichnis	67

Innovationsorientierung als Erfolgsfaktor in der Krise..... 69

Katharina Stummer, Hermann Frank

1	Theoretische Grundlagen.....	69
2	Definition und Skalenentwicklung	73
3	Messung.....	75

4	Innovationsorientierung der KMU.....	77
5	Innovationsorientierung und Krisenbetroffenheit	81
5.1	Krisenvermeidung.....	81
5.2	Krisenausmaß	83
6	Innovationsorientierung und Krisenbewältigung	85
7	Innovationsorientierung und Innovationserfolg	86
8	Zusammenfassung	89
9	Literaturverzeichnis	91

Entrepreneurial Marketing als Erfolgsfaktor in der Krise..... 97

Judith Schmid, Dietmar Rößl

1	Theoretische Grundlagen.....	97
2	Definition und Skalenentwicklung	100
3	Messung.....	106
4	Entrepreneurial Marketing der KMU.....	109
5	Entrepreneurial Marketing und Krisenbetroffenheit	114
5.1	Krisenvermeidung.....	114
5.2	Krisenausmaß	116
6	Entrepreneurial Marketing und Krisenbewältigung	120
7	Zusammenfassung	123
8	Literaturverzeichnis	126

Financial Leadership als Erfolgsfaktor in der Krise..... 131

Stefan Trapp

1	Theoretische Grundlagen.....	131
2	Definition und Skalenentwicklung	134
3	Messung.....	138
4	Financial Leadership der KMU.....	141
5	Financial Leadership und Krisenbetroffenheit.....	146
5.1	Krisenvermeidung.....	147
5.2	Krisenausmaß	148
6	Financial Leadership und Krisenbewältigung.....	150
7	Schlussfolgerungen	153
8	Literaturverzeichnis	156

Zusammenfassung und Anregungen für Handlungsstrategien..... 159

*Alexander Kessler, Hermann Frank, Dietmar Rößl, Judith Schmid,
Katharina Stummer, Stefan Trapp*

1	Krisenbetroffenheit und Krisenmanagement.....	159
1.1	Ausgangslage vor der Wirtschaftskrise, Krisenbetroffenheit und Krisenmanagement	159

1.2	Anregungen für die Wissenschaft	163
1.3	Anregungen für KMU	164
1.4	Anregungen für wirtschaftspolitische Akteure	166
2	Innovationsorientierung als Erfolgsfaktor in der Krise	166
2.1	Anregungen für die Wissenschaft	166
2.2	Anregungen für KMU	168
2.3	Anregungen für wirtschaftspolitische Akteure	170
3	Entrepreneurial Marketing als Erfolgsfaktor in der Krise	170
3.1	Anregungen für die Wissenschaft	170
3.2	Anregungen für KMU	174
3.3	Anregungen für wirtschaftspolitische Akteure	177
4	Financial Leadership als Erfolgsfaktor in der Krise.....	179
4.1	Anregungen für die Wissenschaft	179
4.2	Anregungen für KMU	182
4.3	Anregungen für wirtschaftspolitische Akteure	184
	Anhang	187
	Fragebogen	187
	Stichwortverzeichnis	203
	AutorInnen	207