

Schriftenreihe der Fachhochschule der Wirtschaft
Bergisch Gladbach

Band 1

**Thomas Obermeier,
Hubert Schäfer (Hrsg.)**

Themen des Mittelstandes

Shaker Verlag
Aachen 2001

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Themen des Mittelstandes /

Thomas Obermeier, Hubert Schäfer (Hrsg.).

Aachen : Shaker, 2001

(Schriftenreihe der Fachhochschule der Wirtschaft Bergisch Gladbach ;
Bd. 1)

ISBN 3-8265-9321-9

Copyright Shaker Verlag 2001

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen
oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungs-
anlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8265-9321-9

ISSN 1618-3665

Shaker Verlag GmbH • Postfach 1290 • 52013 Aachen
Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9
Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

Thema „Mittelstand“

Vorwort.....	7
1 Einführung in das Thema	13
2 Zahlen und Bedeutung des Mittelstandes	15
2.1 Definition „Mittelstand“.....	15
2.2 Zahlen zur wirtschaftlichen Bedeutung	18
2.3 Unternehmensgründungen	21
2.4 Rahmenbedingungen für den Mittelstand	23
2.5 Rating und Börsengang	30
2.6 Unternehmensnachfolge.....	32
2.7 Globalisierung	33
2.8 Fazit	34
3 Lernen von den Champions	37
3.1 Erfolgreiche Unternehmer sind keine Trend-Surfer	37
3.2 Für Champions ist nichts unmöglich	39
3.3 Kundennutzen ist mehr als nur ein Schlagwort.....	42
3.4 Wer Großes leisten will, darf sich nicht verzetteln.....	44
3.5 Wer einfach arbeitet, hat Erfolg	47
3.6 Der Starke ist am stärksten allein	49
3.7 Champions agieren in Wachstumsmärkten	52
3.8 Große Unternehmer sind auch große Vorbilder	54
3.9 Familienunternehmen brauchen auch eine Familienstrategie	56
3.10 Was Ihr Vermögen mit Ihrem Erfolg zu tun hat.....	59
4 Wachstumsfinanzierung für junge Unternehmen – ein praktischer Erfahrungsbericht.....	63
4.1 Wachstumskapital für junge Unternehmen	63
4.2 Die Besonderheiten junger Unternehmen	68
4.3 Voraussetzungen zur Kapitalerlangung	72
4.4 Finanzierungsmöglichkeiten für junge Unternehmen.....	75

4.4.1 Venture Capital Gesellschaften.....	75
4.4.2 Corporate Venture Capital Gesellschaften	78
4.4.3 Beteiligungsgesellschaften.....	79
4.4.4 Business Angels	80
4.4.5 Mezzanine-Finanzierungen.....	82
4.4.6 Banken und Kreditinstitute.....	82
4.4.7 Öffentliche Förderprogramme	85
4.5. Der Königsweg der Wachstumsfinanzierung - ein IPO.....	93
5 Umsetzung einer Marketing-Konzeption am Beispiel der PGPA Werbeagentur AG	111
5.1 Analyse der Ausgangssituation bzw. der Unternehmenssituation.....	112
5.2 Zieldefinition.....	112
5.3 Strategieformulierung	116
5.3.1 Marktfeldstrategie	117
5.3.2 Marktstimulierungsstrategie	120
5.3.3 Marktparzellierungsstrategie.....	121
5.3.4 Marktarealstrategie.....	122
5.4 operative Maßnahmen.....	124
6 Überblick über Finanzierungsinstrumente früherer Phasen.....	127
6.1 Traditionelle Finanzierungsquellen	127
6.1.1. Finanzierung durch Unternehmensgründer	127
6.1.2 Innenfinanzierung.....	129
6.1.3. Fremdkapital	130
6.2 Formelles Beteiligungskapital.....	132
6.2.1 Klassisches Venture Capital	132
6.2.2 Corporate Venture Capital.....	141
6.3 Informelles Beteiligungskapital.....	144
6.4 Öffentliche Förderprogramme.....	145
6.5 Fazit	150

7	Wirtschaftsstandort Rheinisch-Bergischer Kreis: Eine Region mit Gefühl für den Mittelstand	153
	Die Referenten	159
	FHDW Fachhochschule der Wirtschaft in Bergisch Gladbach	165