
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Executive Summary	3
3	Theoretische Grundlagen	5
3.1	Mittelstand	5
3.2	Entscheidungen	8
3.2.1	Entscheidungsnotwendigkeit	8
3.2.2	Entscheidungsmerkmale	8
3.2.3	Unternehmensziele als Beurteilungsgrundlage von Alternativen	11
3.2.4	Entscheidungsprozess	12
3.3	Zusammenhang zwischen Entscheidungen und Informationen ...	14
3.3.1	Informationsebenen	14
3.3.2	Informationsannahmen	15
3.4	Information und Data Analytics	17
3.4.1	Aussagen über die Gegenwart	20
3.4.2	Aussagen über die Vergangenheit	21
3.4.3	Aussagen über Zukunft	21
3.5	Bisherige Befunde	22
3.5.1	Großunternehmen	22
3.5.2	Mittelstand	27
	Literatur	28
4	Forschungsmethodik	31
4.1	Forschungsdesign	31
4.2	Erhebungsmethoden	34

4.3	Ablauf der Datenerhebung	37
4.4	Methoden der Datenanalyse	38
	Literatur	39
5	Charakterisierung der Probanden	41
5.1	Rechtsformen	41
5.2	Branche	41
5.3	Umsatz	43
5.4	Mitarbeiter	44
5.5	Niederlassungen	46
5.6	Größenklassen	47
5.7	Position und funktionale Zuordnung der Befragten	48
5.8	Kontrastierungsbasen	49
	Literatur	50
6	Führungsstruktur	51
6.1	Leitungsgremium	51
6.2	Aufsichtsgremium	53
6.3	Anteilseigner	55
7	Rahmenbedingungen	59
7.1	Status Quo der Entscheidungs- und Datensituation in Unternehmen	59
7.2	IT-Situation im Unternehmen	62
7.3	Zwischenfazit	64
	Literatur	64
8	Strategische Entscheidungsprozesse im Unternehmen	67
8.1	Strategieinhalt	67
8.2	Strategieprozess	72
8.3	Zwischenfazit	76
	Literatur	76
9	Entscheidungen im Top-Management	79
9.1	Entscheidungstypen des Top-Managements	79
9.2	Aufgabengebiete der Probanden	83
9.3	Zwischenfazit	85
	Literatur	86

10 Entscheidungen in Unternehmensfunktionen	87
10.1 Systeme	87
10.2 Datenqualität	90
10.3 Prozessschritte	92
10.4 Zwischenfazit	93
Literatur	93
11 Entscheidungen in Marketing und Vertrieb	95
11.1 Marketingplanung und -informationsgewinnung	96
11.2 Produktplanung	101
11.3 Preispolitik	105
11.4 Distributionspolitik	108
11.5 Kommunikationspolitik	114
11.6 Marketing-Controlling	116
11.7 Zwischenfazit	119
Literatur	121
12 Bewertung der Entscheidungen	123
12.1 Unternehmensperformance	124
12.2 Entscheidungspersormance	126
12.3 Zwischenfazit	130
Literatur	131
13 Fazit	133



<http://www.springer.com/978-3-658-06562-1>

Data Analytics im Mittelstand

Becker, W.; Ulrich, P.; Botzkowski, T.

2016, XVIII, 134 S. 89 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-06562-1