

978-3-7910-3425-6 Offensive Mittelstand - Gut für Deutschland (Hrsg.),

Unternehmensführung für den Mittelstand

© 2016 Schäffer-Poeschel Verlag ([www.schaeffer-poeschel.de](http://www.schaeffer-poeschel.de))

SCHÄFFER  

---

POESCHEL

---

Offensive Mittelstand – Gut für Deutschland (Hrsg.)

# Unternehmensführung für den Mittelstand

Strategie, Liquidität, Risikobewertung, Führung, Markt und Kunde,  
Organisation, Unternehmenskultur, Personal, Prozesse, Beschaffung,  
Innovation

2., überarbeitete Auflage

2016  
Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart



Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem, säurefreiem und alterungsbeständigem Papier

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

**Print:** ISBN 978-3-7910-3425-6      Bestell-Nr. 20454-0003  
**ePDF:** ISBN 978-3-7992-6964-3      Bestell-Nr. 20454-0151

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© 2016 Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft · Steuern · Recht GmbH  
[www.schaeffer-poeschel.de](http://www.schaeffer-poeschel.de)  
[service@schaeffer-poeschel.de](mailto:service@schaeffer-poeschel.de)

Umschlagentwurf: Goldener Westen, Berlin  
Umschlaggestaltung: Kienle gestaltet, Stuttgart  
Bildnachweis: Shutterstock  
Satz: Johanna Boy, Brennborg  
Druck und Bindung: BELTZ Bad Langensalza GmbH, Bad Langensalza

Printed in Germany  
Juli 2016

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart  
Ein Tochterunternehmen der Haufe Gruppe

---

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage .....	V
Vorwort zur 1. Auflage .....	VII

## Einleitung

### Neue Chancen und Herausforderungen für den Mittelstand

Oleg Cernavin/Helmut Ehnes/Annette Icks/Oliver Kruse/Achim Sieker .....	XI
---	----

## Teil A

<b>Unternehmensführung – die elf Erfolgsfaktoren .....</b>	<b>1</b>
--	----------

### Strategie

Oleg Cernavin .....	3
---------------------	---

### Liquidität

Oliver Kruse/Sandra Fechner .....	29
-----------------------------------	----

### Risikobewertung

Oleg Cernavin/Oliver Kruse .....	47
----------------------------------	----

### Führung

Oleg Cernavin .....	71
---------------------	----

### Markt und Kunde

Patrick Lentz/Richard Merk .....	95
----------------------------------	----

### Organisation

Tim Vollborth .....	113
---------------------	-----

### Unternehmenskultur

Annette Icks .....	125
--------------------	-----

### Personal

Annette Icks .....	139
--------------------	-----

### Produktions- und Leistungsprozess

Oleg Cernavin/Kristina Mangold .....	155
--------------------------------------	-----

### Beschaffung

Kristina Mangold .....	181
------------------------	-----

### Innovation

Tim Vollborth .....	195
---------------------	-----

**Teil B**

**Erfahrungen mit den Instrumenten der Offensive Mittelstand** . . . . . 209

**Der INQA-Unternehmenscheck »Guter Mittelstand« aus Sicht  
eines Unternehmers – ein Erfahrungsbericht**

Thomas Pollmeier/Jörg Schüler . . . . . 211

**Wertschöpfungsorientierter Arbeitsschutz**

Oleg Cernavin/Helmut Ehnes/Christof Göbel/Elmar Neuhaus . . . . . 223

**Das Arbeiten mit den Instrumenten aus Sicht eines Beraters**

Rainer Liebenow . . . . . 237

**Das Netzwerkverständnis der Offensive Mittelstand und deren Nutzen  
für die Akteure**

Oleg Cernavin/Oliver Kruse . . . . . 255

Die Autoren . . . . . 265

Stichwortverzeichnis . . . . . 269