

Vorwort

Die vorliegende Dissertation beschäftigt sich mit der Strategischen Kundenanalyse in mittelgroßen Familienunternehmen der Automobilzulieferindustrie. Stellvertretend für ähnlich strukturierte Branchen soll die Untersuchung als Orientierung für die individuelle strategische Reflexion in mittelgroßen Familienunternehmen dienen.

Die Erstellung einer Dissertation beinhaltet viele Höhen und Tiefen. Ich danke meiner Familie für ihre ununterbrochene Unterstützung.

Einen besonderen Dank richte ich an meinen Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Andreas Dutzi, dessen Betreuung die Realisierung meines Forschungsvorhabens überhaupt erst möglich gemacht hat. Mein Dank gilt auch Frau Prof. Dr. Petra Moog und Herrn Prof. Dr. Gero Hoch.

Ich danke auch meinen Mitdoktoranden an der Universität Siegen. Der persönliche und fachliche Austausch mit ihnen war stets von großem Wert. Ein großes Dankeschön geht diesbezüglich an Marion Hippchen.

Besonders hervorheben möchte ich die Familienunternehmen, die sich zu der Teilnahme an den Fallstudien bereit erklärt haben. Ohne ihre Beteiligung wäre die Untersuchung der im Rahmen der Dissertation behandelten Themen nicht möglich gewesen – gleiches gilt für die Experten aus Unternehmensberatungen, Industrieverbänden, Forschungseinrichtungen und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Ich hoffe sehr, mit den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit einen Beitrag zum Strategischen Management in mittelgroßen Familienunternehmen zu leisten. Diese Unternehmen sind das Herz der Wirtschaft. Eine noch stärkere Zusammenarbeit von allen Beteiligten, in der Forschung wie in der Praxis, bietet die Chance, die weiter zunehmende Komplexität zu durchdringen und Herausforderungen gemeinsam zu bewältigen.

Henny Lena Holzhauser
Düsseldorf, 14.07.2015

Strategische Kundenanalyse in mittelgroßen
Familienunternehmen

Eine Analyse in der Automobilzulieferindustrie

Holzhauser, H.L.

2016, XXV, 335 S. 19 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-11463-3