
I Inhaltsverzeichnis

I Inhaltsverzeichnis	VI
II Abkürzungsverzeichnis	VI
III Abbildungsverzeichnis	VI
1 Einleitung	6
1.1 Forschungslücke und Forschungsfragen	6
1.2 Aufbau und Struktur der Arbeit	6
1.3 Forschungsmethodologischer Aufbau der Arbeit	6
2 Projektgeschäft auf Industriegütermärkten	6
2.1 Begriffe	6
2.1.1 Projekt	6
2.1.2 Projektgeschäft	6
2.1.3 Industriegütermärkte	6
2.2 Der „Vier-Typen-Ansatz“ von Backhaus	6
2.2.1 Entstehen von Quasirenten	6
2.2.2 Geschäftstypenmodell	6
2.3 Projektgeschäft auf Industriegütermärkten	6
2.4 Charakteristika des Projektgeschäfts	6
2.4.1 Brancheneinteilung	6
2.4.2 Phasenspezifischer Ansatz	6
2.4.3 Geschäftsmodelle und Anbieterorganisation im Projektgeschäft	6
2.4.4 Auftragsfinanzierung als Instrument des Marketing	6

3	Risikomanagement	6
3.1	Risikomanagement im Unternehmen	6
3.1.1	Begriff des Risikos	6
3.1.2	Begriff der Unternehmenskrise	6
3.1.3	Begriff des Risikomanagements	6
3.1.4	Ziele, Aufgaben, grundlegende Strategien des Risikomanagements	6
3.1.5	Risikopolitische Grundsätze	6
3.1.6	Prozess des Risikomanagements	6
3.1.7	Risikokontrolle	6
3.1.8	Integration des Risikomanagements in die Unternehmensführung	6
3.2	Liquiditätsmanagement im Rahmen des Risikomanagements	6
3.2.1	Begriff der Liquidität	6
3.2.2	Liquidität als Erfolgsindikator	6
3.2.3	Liquiditätskrise im Rahmen der Unternehmenskrise	6
3.2.4	Begriff des Liquiditätsmanagements	6
3.2.5	Ziele und Aufgaben des Liquiditätsmanagements	6
3.2.6	Prozess des Liquiditätsmanagements	6
3.3	Forderungsmanagement im Rahmen des Liquiditätsmanagements	6
3.3.1	Entstehen von Forderungen	6
3.3.2	Begriff des Forderungsmanagements	6
3.3.3	Ziele und Aufgaben des Forderungsmanagements	6
3.3.4	Prozess des Forderungsmanagements	6
3.3.5	Zusammenhang zwischen Forderungsmanagement und Insolvenz	6

3.3.6	Outsourcing im Forderungsmanagement	6
3.4	Factoring als Instrument des Risikomanagements	6
3.4.1	Direkte Finanzierungsformen für Forderungen	6
3.4.2	Begriff des Factoring	6
3.4.3	Funktionsweise des Factoring	6
3.4.4	Factoring aus Nachfragerperspektive	6
3.4.5	Factoringentscheidung aus Anbieterperspektive	6
3.4.6	Factoring als Outsourcingentscheidung	6
3.4.7	Verbreitung des Factoring in Deutschland	6
4	Risikomanagement in Unternehmen des Projektgeschäfts	6
4.1	Typische Risiken des Projektgeschäfts	6
4.1.1	Merkmal des Einzelkunden	6
4.1.2	Merkmal der Einzeltransaktion	6
4.1.3	Allgemeine Risiken des Projektgeschäfts	6
4.1.4	Zwischenfazit: Starker Wettbewerbsdruck und Nachfragemacht	6
4.1.5	Statistiken zu Unternehmensinsolvenzen	6
4.2	Spezifika des Risikomanagements im Projektgeschäft	6
4.2.1	Spezifische Anforderungen an das Risikomanagement	6
4.2.2	Übersicht anhand des Risikomanagementprozess-Schemas	6
4.2.3	Risikomanagement durch Vertragsmodelle	6
4.3	Spezifika des Liquiditätsmanagements im Projektgeschäft	6
4.4	Spezifika des Forderungsmanagements im Projektgeschäft	6
4.5	Spezifika des Factoring im Projektgeschäft	6

4.5.1	Nachfragerperspektive	6
4.5.2	Anbieterperspektive	6
4.5.3	Empirische Studien zum Zahlungsverhalten	6
4.6	Unternehmensgröße von potentiellen Factoringkunden im Projektgeschäft	6
5	Studie: Factoring im Projektgeschäft in Deutschland	6
5.1	Begründung der gewählten Forschungsmethode	6
5.1.1	Methodische Grundlagen	6
5.1.2	Angebotsseite: Repräsentative Umfrage bei Factoringinstituten	6
5.1.3	Nachfrageseite: Fallstudien mit potentiellen Kunden	6
5.1.4	Experteninterviews	6
5.2	Charakteristik des Angebots: Interviews mit Factoringinstituten	6
5.2.1	Aktivitäten von Factorern im Projektgeschäft	6
5.2.2	Risiken und Hindernisse für das Factoring im Projektgeschäft	6
5.3	Charakteristik der Nachfrage: Fallstudien	6
5.3.1	Mittelständisches Bauunternehmen 1	6
5.3.2	Mittelständisches Bauunternehmen 2	6
5.3.3	Werkzeugmaschinenbauer	6
5.3.4	Spezialmaschinenbauer	6
5.3.5	Handwerksunternehmen 1	6
5.3.6	Handwerksunternehmen 2	6
5.4	Beurteilung durch Experten	6
5.4.1	Deutscher Factoring-Verband	6
5.4.2	Bundesverband Factoring für den Mittelstand	6

5.4.3	Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau	6
5.4.4	Hauptverband der Deutschen Bauindustrie	6
5.4.5	Zentralverband des Deutschen Handwerks	6
5.5	Ergebnisse der empirischen Untersuchung	6
5.5.1	Anbieterperspektive	6
5.5.2	Nachfragerperspektive	6
6	Fazit	6
IV	Bibliographie	6