

Schriften zum europäischen Management

RESEARCH

Thorsten Steinmann

Vertrauen in Banken

Eine empirische Untersuchung von
Determinanten und Konsequenzen

Roland Berger
Strategy Consultants

 Springer Gabler

Schriften zum europäischen Management

Herausgegeben von/edited by

Roland Berger Strategy Consultants – Academic Network, München, Deutschland

Die Reihe wendet sich an Studenten sowie Praktiker und leistet wissenschaftliche Beiträge zur ökonomischen Forschung im europäischen Kontext.

This series is aimed at students and practitioners. It represents our academic contributions to economic research in a European context.

Herausgegeben von/edited by

Roland Berger Strategy Consultants –
Academic Network,
München

Herausgeberrat/Editorial Council:

Prof. Dr. Thomas Bieger
Universität St. Gallen

Prof. Dr. Kurt Reding
Universität Kassel

Prof. Dr. Rolf Caspers (†)
European Business School,
Oestrich-Winkel

Prof. Dr. Dr. Karl-Ulrich Rudolph
Universität Witten-Herdecke

Prof. Dr. Guido Eilenberger
Universität Rostock

Prof. Dr. Klaus Spremann
Universität St. Gallen

Prof. Dr. Dr. Werner Gocht (†)
RWTH Aachen

Prof. Dr. Dodo zu Knyphausen-Aufseß
Technische Universität Berlin

Prof. Dr. Karl-Werner Hansmann
Universität Hamburg

Prof. Dr. Burkhard Schwenker
Roland Berger Strategy Consultants

Prof. Dr. Alfred Kötzle
Europa-Universität Viadrina,
Frankfurt/Oder

Thorsten Steinmann

Vertrauen in Banken

Eine empirische Untersuchung von
Determinanten und Konsequenzen

Thorsten Steinmann
Berlin, Deutschland

Dissertation Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder), 2012

ISBN 978-3-658-01147-5
DOI 10.1007/978-3-658-01148-2

ISBN 978-3-658-01148-2 (eBook)

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

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-gabler.de

Geleitwort

Die vorliegende Dissertationsschrift widmet sich der Fragestellung, worin Vertrauen in Banken als Institution und in Bankberater bei mittelständischen Unternehmern begründet ist und welche Bedeutung Vertrauen für die Erzielung von Zusatzgeschäften bei diesen Unternehmern zukommt. Dies stellt eine für die Praxis eminent wichtige Problemstellung dar. Ganz allgemein hat das Bewusstsein hinsichtlich der Bedeutung von Vertrauen in die Ehrbarkeit von Geschäftspartnern als wichtige Voraussetzung für die Effektivität einer sozialen Marktwirtschaft wieder zugenommen. Speziell für Banken waren auch im Verlauf der Finanzkrise die Auswirkungen der Unterschiede im Vertrauen bei den einzelnen Bankgruppen auf den Geschäftsverlauf evident.

Was die Relevanz der Problemstellung für die Wissenschaft betrifft, ist angesichts der – vom Verfasser dokumentierten – schon seit Jahrzehnten sehr umfangreichen Forschungstätigkeit zu Einflussfaktoren und Wirkungen des Vertrauens der Erkenntnisgehalt der vorliegenden Arbeit scheinbar begrenzt. Dieser Einwand greift jedoch aus zwei Gründen nicht: Zum Einen befasst sich die Arbeit mit einer spezifischen Fragestellung aus dem Bankenbereich (differenzierte Betrachtung des Vertrauens in Bank und Bankberater; Wirkung auf Verbundgeschäfte), die bislang nicht Gegenstand empirischer Forschung war. Zum Anderen ist die Arbeit stringent daraufhin angelegt, kumulative Forschungsergebnisse zu liefern – die bestehenden Forschungsarbeiten werden in Form eines sorgfältig ausgewählten Referenzmodells der empirischen Untersuchung zugrunde gelegt.

Diese auf 356 Respondenten aus Banken basierende empirische Untersuchung analysiert auf der Grundlage eines Strukturgleichungsmodells die Wirkungen von Kompetenz, Problemlösungsbereitschaft, Transparenz und Wohlwollen auf das Vertrauen in Bank und Bankberater (1. Stufe), den Einfluss von Vertrauen auf die Kundenloyalität (2. Stufe) sowie die Bedeutung der Kundenloyalität für die Bereitschaft, Verbundgeschäfte einzugehen (3. Stufe). Der grösste Teil der Hypothesen zu den Wirkungsbeziehungen konnte bestätigt (d.h. musste nicht verworfen) werden, wobei dem Indikator Wohlwollen eine besonders hohe Bedeutung für die Bildung von Vertrauen in Bank und Bankberater beigemessen wurde.

Neben dem hohen wissenschaftlichen Gehalt der Arbeit ist deren Relevanz für bankpolitische Entscheidungen hervorzuheben. Sie liefert vor allem Hinweise zur Optimierung des bankpoli-

VI

tischen Instrumentariums mit den Zielen der Vertrauensbildung bei den Kunden und der Stärkung der Kundenloyalität.

Prof. Dr. Alfred Kötzle

Vorwort

Im Rahmen der Durchführung von Finanzdienstleistungen ist Vertrauen von existenzieller Bedeutung. Die Finanz- und Bankenkrise hat diese Bedeutung noch weiter verstärkt und stellt insbesondere das Verhältnis zwischen Banken und mittelständischen Unternehmen vor weitere Herausforderungen. Die Themen Banken und Mittelstand beschäftigen mich in meiner Tätigkeit als Unternehmensberater intensiv. So konnte ich zwar umfassende Praxiserfahrungen sammeln, allerdings fehlte für die theoretische Durchdringung dieser Themenbereiche die Zeit. Mit der vorliegenden Arbeit möchte ich daher einen Beitrag zur theoretischen Fundierung der Vertrauensbeziehung zwischen Mittelstand und Banken leisten.

Im Herbst 2012 wurde die Arbeit als Dissertationsschrift an der Europa-Universität Viadrina angenommen. Nach erfolgreichem Abschluss des Promotionsvorhabens möchte ich mich herzlich bei allen bedanken, die mich dabei unterstützt und wesentlich zum Gelingen der Dissertation beigetragen haben.

An erster Stelle richtet sich mein Dank an meinen Doktorvater Prof. Dr. Alfred Kötzle. Ihm möchte ich nicht nur für die wichtigen inhaltlichen Anregungen, sondern insbesondere auch für die stets konstruktive Zusammenarbeit herzlich danken. Für die bereitwillige Übernahme des Zweitgutachtens bedanke ich mich auch bei Prof. Dr. Albrecht Söllner.

Weiter gilt mein Dank denjenigen Experten des Bankwesens, die im Rahmen der Interviews wertvolle Einschätzungen und Denkanstöße gegeben haben. Darüber hinaus möchte ich mich ausdrücklich bei allen Unternehmern bedanken, die an der empirischen Untersuchung teilgenommen haben und ohne die die vorliegende Analyse nicht möglich gewesen wäre.

Meinem Arbeitgeber Roland Berger Strategy Consultants danke ich für die Möglichkeit meine Dissertation im Rahmen des Promotionsprogramms anzufertigen und die vielfältige Unterstützung durch Kontakte, die Nutzung von Datenbanken und die stets konstruktive Begleitung während des gesamten Forschungsvorhabens.

Mein größter Dank gebührt meiner Familie, die mich immer gefördert und unterstützt hat. Dabei danke ich ganz besonders meinen Eltern Wolfgang und Erika Steinmann, die mir während des gesamten Promotionsvorhabens alle erdenkliche Unterstützung gegeben haben. Ohne ihren steten Rückhalt, ihren Zuspruch und ihre Liebe wäre meine persönliche und akademi-

sche Entwicklung und auch diese Arbeit nicht möglich gewesen. Ihnen ist diese Arbeit in großer Dankbarkeit gewidmet.

Mein herzlichster Dank gilt schließlich meiner Freundin Thao, die mich nicht nur mit fachlichen Diskussionen zu PLS, Gütekriterien und Moderatoren unterstützt hat, sondern während der gesamten Promotionszeit immer sehr liebevoll und aufmunternd an meiner Seite war und dies hoffentlich auch zukünftig sein wird.

Berlin, im Oktober 2012

Thorsten Steinmann

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XIII
TABELLENVERZEICHNIS	XV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	XVII
1 GEGENSTAND, ZIEL, METHODIK UND AUFBAU DER UNTERSUCHUNG	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzungen und Forschungsfragen.....	6
1.3 Elemente der Untersuchung.....	7
1.3.1 Merkmale des deutschen Bankensektors.....	7
1.3.2 Das Segment Mittelstandsfinanzierung.....	10
1.3.3 Das Segment Private Banking.....	11
1.4 Aufbau der Untersuchung.....	14
2 THEORETISCHE GRUNDLAGEN	17
2.1 Theoretische Fundierung des Vertrauens.....	17
2.1.1 Begriffsverständnis des Vertrauens.....	17
2.1.1.1 Arten des Vertrauens.....	17
2.1.1.2 Abgrenzung des Vertrauens zu anderen Konstrukten.....	21
2.1.1.3 Definition und Merkmale des Vertrauens	23
2.1.2 Bestandsaufnahme der Vertrauensforschung	30
2.1.2.1 Einordnung des Vertrauens in der Betriebswirtschaftslehre	30
2.1.2.2 Determinanten und Konsequenzen des Vertrauens in der Forschung..	31
2.1.2.3 Banken als Untersuchungsobjekt der Vertrauensforschung.....	41
2.2 Konnektivität als Zielsetzung des Vertrauensmanagements	46
2.2.1 Unternehmer als Zielkunden von Banken.....	46
2.2.2 Zusatzkauf als Erklärungsbeitrag für die Verbindung der privaten und geschäftlichen Bankbeziehung	51
2.2.2.1 Begriffsverständnis des Zusatzkaufs.....	51
2.2.2.2 Beziehung zwischen Vertrauen und Zusatzkauf.....	53
2.2.3 Ableitung eines Begriffsverständnisses für Konnektivität.....	57
2.3 Theoretische Bezugspunkte.....	60
2.3.1 Neue Institutionenökonomie	60
2.3.1.1 Transaktionskostentheorie.....	60
2.3.1.2 Prinzipal-Agenten-Theorie.....	63
2.3.2 Verhaltenswissenschaftliche Theorien	65
2.3.2.1 Sozialpsychologische Austauschtheorie	65
2.3.2.2 Risikotheorie	67
2.3.3 Erkenntnisbeitrag der theoretischen Bezugspunkte	68

3	ENTWICKLUNG DES UNTERSUCHUNGSMODELLS	71
3.1	Entwicklung eines Bezugsrahmens.....	71
3.2	Kritische Würdigung vorliegender Modelle.....	73
3.2.1	Kriterien für die Modellauswahl	73
3.2.2	Vorliegende Modelle zur Untersuchung des Vertrauens	76
3.2.2.1	Das Modell von Anderson/Narus (1990)	76
3.2.2.2	Das Modell von Crosby/Evans/Cowles (1990).....	77
3.2.2.3	Das Modell von Moorman/Zaltmann/Deshpandé (1993)	78
3.2.2.4	Das Modell von Ganesan (1994).....	79
3.2.2.5	Das Modell von Morgan/Hunt (1994).....	80
3.2.2.6	Das Modell von Doney/Cannon (1997)	82
3.2.2.7	Das Modell von Garbarino/Johnson (1999).....	83
3.2.2.8	Das Modell von Sirdeshmukh/Singh/Sabol (2002).....	84
3.2.3	Zusammenfassende Betrachtung und Erkenntnisbeitrag vorliegender Modelle. 86	
3.3	Vorstellung des Untersuchungsmodells	91
3.3.1	Dimensionen des Vertrauens.....	91
3.3.2	Determinanten des Vertrauens	92
3.3.2.1	Kompetenz	92
3.3.2.2	Problemlösungsbereitschaft	93
3.3.2.3	Transparenz	94
3.3.2.4	Wohlwollen	95
3.3.3	Konsequenzen des Vertrauens	96
3.3.3.1	Loyalität	96
3.3.3.2	Konnektivität	98
3.4	Moderierende Effekte	102
3.5	Zusammenfassende Darstellung des Untersuchungsmodells.....	104
4	GRUNDLAGEN DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG.....	105
4.1	Konzeption der empirischen Untersuchung	105
4.1.1	Qualitative Vorstudie	105
4.1.2	Erhebungsdesign	107
4.1.2.1	Datenerhebungsmethode	107
4.1.2.2	Fragebogengestaltung.....	108
4.1.2.3	Überprüfung des Fragebogens im Rahmen von Pretests	109
4.1.3	Datenerhebung	110
4.1.3.1	Untersuchungsobjekt und Bezugsobjekt	110
4.1.3.2	Grundgesamtheit der Erhebung.....	111
4.1.3.3	Auswahl der Informanten.....	112
4.1.4	Datengrundlage	115

4.2	Methodische Grundlagen	119
4.2.1	Grundlagen der Konstruktmessung.....	119
4.2.2	Der Partial-Least-Squares-Ansatz als Verfahren zur Analyse von Strukturgleichungsmodellen.....	125
4.2.3	Gütekriterien des Messmodells	128
4.2.3.1	Gütekriterien des reflektiven Messmodells.....	129
4.2.3.2	Gütekriterien des formativen Messmodells.....	134
4.2.4	Gütekriterien des Strukturmodells	140
4.2.5	Moderierende Effekte.....	142
4.2.6	Mediierende Effekte.....	147
5	EMPIRISCHE ÜBERPRÜFUNG DES UNTERSUCHUNGSMODELLS	150
5.1	Operationalisierung und Gütebeurteilung des Messmodells	150
5.1.1	Vorgehensweise bei der Operationalisierung und Messung der Konstrukte	150
5.1.2	Messung des Vertrauens in die Hausbank und seiner Determinanten	152
5.1.2.1	Kompetenz der Hausbank	152
5.1.2.2	Problemlösungsbereitschaft der Hausbank	154
5.1.2.3	Transparenz der Hausbank	156
5.1.2.4	Wohllollen der Hausbank	158
5.1.2.5	Vertrauen in die Hausbank	160
5.1.3	Messung des Vertrauens in den Bankberater und seiner Determinanten.....	161
5.1.3.1	Kompetenz des Bankberaters.....	161
5.1.3.2	Problemlösungsbereitschaft des Bankberaters	163
5.1.3.3	Transparenz des Bankberaters.....	165
5.1.3.4	Wohllollen des Bankberaters.....	166
5.1.3.5	Vertrauen in den Bankberater	168
5.1.4	Messung der Zielsetzungen des Vertrauens	170
5.1.4.1	Loyalität gegenüber der Hausbank.....	170
5.1.4.2	Konnektivität.....	171
5.1.5	Konstruktübergreifende Gütemaße	173
5.1.5.1	Diskriminanzvalidität reflektiver Konstrukte.....	173
5.1.5.2	Inhaltsvalidität formativer Konstrukte	174
5.2	Ergebnisse des Strukturmodells	177
5.2.1	Überprüfung der Wirkungszusammenhänge.....	177
5.2.1.1	Einfluss der Determinanten auf das Vertrauen in die Hausbank	177
5.2.1.2	Einfluss der Determinanten auf das Vertrauen in den Bankberater ...	182
5.2.1.3	Einfluss der Vertrauensdimensionen auf Loyalität und	186
	Konnektivität	186
5.2.2	Mediierende Effekte der Loyalität	189
5.2.3	Moderierende Effekte.....	191
5.2.3.1	Interaktionsvariablen.....	192
5.2.3.2	Multiple Gruppenanalyse	195
5.3	Deskriptive Ergebnisse der Untersuchung	208
5.4	Zusammenfassender Überblick der Ergebnisse.....	211

6	SCHLUSSBETRACHTUNG.....	217
6.1	Zusammenfassung der Arbeit.....	217
6.2	Implikationen für die künftige Forschung.....	219
6.2.1	Erkenntnisbeitrag der Arbeit	219
6.2.2	Weiterer Forschungsbedarf	222
6.3	Implikationen für die Praxis	223
	LITERATURVERZEICHNIS.....	229

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Praktische und theoretische Relevanz der Untersuchung	5
Abbildung 2: Struktur der drei Säulen des deutschen Bankensektors	8
Abbildung 3: Beziehung zwischen Kapitalgebern und -nehmern.....	9
Abbildung 4: Anzahl der HNWI.....	12
Abbildung 5: Anbieter im Segment vermögender Unternehmer	13
Abbildung 6: Aufbau der Arbeit	16
Abbildung 7: Relative Bedeutung verschiedener Vertrauensarten im Zeitverlauf	19
Abbildung 8: Strukturierung der Vertrauensdefinitionen	24
Abbildung 9: Verteilung der Einkünfte auf die Einkunftsarten	47
Abbildung 10: Nachfragesphäre des Unternehmers.....	48
Abbildung 11: Lebenszyklen im unternehmerischen Kontext.....	49
Abbildung 12: Wirkungskette der Kundenbindung	54
Abbildung 13: Perspektiven der Verbindung des Privat- und Firmenkundengeschäfts	57
Abbildung 14: Zusammenhang von Vertrauen und Konnektivität	60
Abbildung 15: Vorgehen im Rahmen der Modellauswahl.....	73
Abbildung 16: Modell von Anderson/Narus (1990)	77
Abbildung 17: Modell von Crosby/Evans/Cowles (1990).....	78
Abbildung 18: Modell von Moorman/Deshpandé/Zaltmann (1993)	79
Abbildung 19: Modell von Ganesan (1994).....	80
Abbildung 20: Modell von Morgan/Hunt (1994).....	82
Abbildung 21: Modell von Doney/Cannon (1997)	83
Abbildung 22: Modell von Garbarino/Johnson (1999).....	84
Abbildung 23: Modell von Sirdeshmukh/Singh/Sabol (2002).....	86
Abbildung 24: Charakteristika des Konstrukts Konnektivität	101
Abbildung 25: Überblick, Untersuchungsmodell und Hypothesen	104
Abbildung 26: Rolle der Respondenten im Unternehmen	113
Abbildung 27: Übersicht Rücklauf der Erhebung.....	116
Abbildung 28: Private-Banking-Kundentypen in der Stichprobe	117
Abbildung 29: Größe der Unternehmen in der Stichprobe	118
Abbildung 30: Verteilung der Branchen in der Stichprobe.....	118
Abbildung 31: Exemplarisches Strukturgleichungsmodell.....	120
Abbildung 32: Schematische Darstellung eines moderierenden Effektes	143
Abbildung 33: Darstellung der Analyse eines Interaktionseffektes.....	145
Abbildung 34: Schematische Darstellung eines mediiierenden Effektes.....	148
Abbildung 35: Bewertung der Banken nach der Finanzkrise	209
Abbildung 36: Erfahrungen des Respondenten mit der Hausbank	210

Abbildung 37: Entwicklung der Konnektivität	211
Abbildung 38: Ergebnisse des Strukturgleichungsmodells.....	212
Abbildung 39: Instrumente des Vertrauensmanagements.....	226

Der Anhang dieser Arbeit ist auf der Homepage www.springer.com in Verbindung mit dem Autorennamen und der ISBN zu finden.

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Übersicht von Definitionen des Vertrauens mit Verhaltenskomponente.....	25
Tabelle 2: Übersicht von Vertrauensdefinitionen mit Einstellungs-/Erwartungskomponente.....	27
Tabelle 3: Übersicht hybrider Vertrauensdefinitionen.....	28
Tabelle 4: Übersicht ausgewählter Modelle zur Messung des Kundenvertrauens.....	39
Tabelle 5: Übersicht vorliegender empirischer Untersuchungen zum Kundenvertrauen in Banken.....	46
Tabelle 6: Übersicht wesentlicher Definitionen des Zusatzkaufs.....	53
Tabelle 7: Ausprägungen der vorliegenden Modelle in den Bewertungskategorien.....	88
Tabelle 8: Bewertung der vorliegenden Modelle.....	90
Tabelle 9: Fragenkatalog zur Identifizierung reflektiver und formativer Indikatoren.....	124
Tabelle 10: Gütekriterien und Anspruchsniveaus zur quantitativen Beurteilung reflektiver Messmodelle.....	134
Tabelle 11: Gütekriterien und Anspruchsniveaus zur quantitativen Beurteilung formativer Messmodelle.....	139
Tabelle 12: Gütekriterien und Anspruchsniveaus zur Beurteilung von Strukturmodellen.....	142
Tabelle 13: Gütekriterien und Anspruchsniveaus zur Beurteilung mediierender Effekte.....	149
Tabelle 14: Gütebeurteilung des formativen Konstrukts Kompetenz der Hausbank.....	154
Tabelle 15: Gütebeurteilung des reflektiven Konstrukts Problemlösungsbereitschaft der Hausbank.....	156
Tabelle 16: Gütebeurteilung des formativen Konstrukts Transparenz der Hausbank.....	158
Tabelle 17: Gütebeurteilung des reflektiven Konstrukts Wohlwollen der Hausbank.....	160
Tabelle 18: Gütebeurteilung des reflektiven Konstrukts Vertrauen in die Hausbank.....	161
Tabelle 19: Gütebeurteilung des formativen Konstrukts Kompetenz des Bankberaters.....	163
Tabelle 20: Gütebeurteilung des reflektiven Konstrukts Problemlösungsbereitschaft des Bankberaters.....	164
Tabelle 21: Gütebeurteilung des formativen Konstrukts Transparenz des Bankberaters.....	166
Tabelle 22: Gütebeurteilung des reflektiven Konstrukts Wohlwollen des Bankberaters.....	168
Tabelle 23: Gütebeurteilung des reflektiven Konstrukts Vertrauen in den Bankberater.....	169
Tabelle 24: Gütebeurteilung des reflektiven Konstrukts Loyalität.....	171
Tabelle 25: Gütebeurteilung des reflektiven Konstrukts Konnektivität.....	173
Tabelle 26: Übersicht Prüfung der Diskriminanzvalidität reflektiver Konstrukte.....	174
Tabelle 27: Ergebnisse des Indikatoren-Zuordnungstests für die formativen Konstrukte.....	177
Tabelle 28: Beurteilung der Wirkungszusammenhänge beim Konstrukt Vertrauen in die Hausbank.....	182
Tabelle 29: Beurteilung der Wirkungszusammenhänge beim Konstrukt Vertrauen in den Bankberater.....	186

Tabelle 30: Beurteilung der Konsequenzen der Vertrauensdimensionen	189
Tabelle 31: Beurteilung des mediierenden Effekts des Konstrukts Loyalität.....	191
Tabelle 32: Beurteilung der Interaktionsvariablen im Untersuchungsmodell	194
Tabelle 33: Ergebnisse der multiplen Gruppenanalyse für die Unternehmensanteile	198
Tabelle 34: Ergebnisse der multiplen Gruppenanalyse für die Hausbankbeziehung.....	200
Tabelle 35: Ergebnisse der multiplen Gruppenanalyse für die Dauer der Beraterbeziehung	202
Tabelle 36: Ergebnisse der multiplen Gruppenanalyse für den Banktyp.....	205
Tabelle 37: Ergebnisse der multiplen Gruppenanalyse für den Kundentyp.....	208
Tabelle 38: Zusammenfassung der Ergebnisse der multiplen Gruppenanalyse für Kundencharakteristika.....	213
Tabelle 39: Zusammenfassung der Ergebnisse der multiplen Gruppenanalyse für die Beziehung zur Bank	214
Tabelle 40: Zusammenfassung der Ergebnisse der multiplen Gruppenanalyse für den Banktyp	215
Tabelle 41: Zusammenfassung der Hypothesenprüfung.....	216

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CL	Vergleichsniveau
CL _{alt}	Vergleichsniveau der besten Alternativbeziehung
DEV	durchschnittlich erfasste Varianz
d. h.	das heißt
et al.	et alii (und andere)
EFA	exploratorische Faktorenanalyse
EUR	Euro
f.	folgende (Seite)
ff.	fortfolgende
ggf.	gegebenenfalls
ggü.	gegenüber
HNWI	High Net Worth Individuals
IR	Indikatorreliabilität
Hrsg.	Herausgeber
KI	Konditionsindex
KFA	konfirmatorische Faktorenanalyse
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
KWG	Kreditwesengesetz
Mio.	Millionen
MIMIC	Multiple effect Indicators for Multiple Causes
Mrd.	Milliarden
Nr.	Nummer
PLS	Partial-Least-Squares
S.	Seite
SSCI	Social Sciences Citation Index
u. a.	unter anderem
vgl.	vergleiche
VHB	Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e. V.
VIF	Variance Inflation Factor
W	Tatsächliches Ergebnis der Beziehung
z. B.	zum Beispiel

1 GEGENSTAND, ZIEL, METHODIK UND AUFBAU DER UNTERSUCHUNG

1.1 Problemstellung

In den vergangenen Jahren sind in der deutschen Finanzdienstleistungsindustrie eine steigende Wettbewerbsintensität sowie ein zunehmender Ergebnisdruck feststellbar. Dies hat zu einer Konsolidierung des deutschen Bankensektors geführt, die noch nicht abgeschlossen ist.¹ Die Zukunftsperspektiven deutscher Banken hinsichtlich Wachstum und Rentabilität sind daher verhalten.²

Die weltweite Finanzkrise des Jahres 2008 brachte weitere Herausforderungen für Banken mit sich und kann auf mehrere Einflussfaktoren zurückgeführt werden. Insbesondere eine expansive Geldpolitik sowie die daraus resultierende „Immobilienblase“ in den USA,³ Finanzinnovationen, die mit erhöhten Risiken verbunden waren,⁴ Fehlanreize in der Finanzindustrie⁵ sowie die Regulierungsarbitrage von Immobilien-Kreditportfolios⁶ führten zu der Krise.

Die Auswirkungen der Finanzkrise sind für Banken immer noch spürbar. Die alte Ertragskraft der Institute konnte zum größten Teil noch nicht wieder erreicht werden. Ein Grund dafür ist u. a. die Konzentration der Banken auf ihr klassisches Kundengeschäft, die auch mit einer Reduktion oder Aufgabe äußerst profitabler Geschäftsfelder, wie dem risikoreichen Eigenhandel, einhergeht.

Weiterhin führte die Finanzkrise zu neuen regulatorischen Auflagen (z. B. Basel III), die sich negativ auf die Profitabilität und Rentabilität der Banken auswirken sowie zu einem deutlichen Vertrauensverlust der Kunden in den Finanzsektor im Allgemeinen und die Banken im Speziellen führen. Die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführte Befragung ergab, dass 60,7 Prozent der mittelständischen Unternehmen aufgrund der Finanzkrise weniger Vertrauen in Banken haben.⁷ Zudem gehört nach einem Bericht der *Europäischen Kommission* der Ban-

¹ Vgl. Abschnitt 1.3.1.

² Vgl. Rolfes (2007), S. 9.

³ Vgl. Bonner/Wiggin (2009), passim; Calomiris (2009), passim; Taylor (2009), passim.

⁴ Vgl. Barbera (2009), passim; Chorafas (2009), passim.

⁵ Vgl. Immergluck (2009), passim; Unterman (2009), passim.

⁶ Vgl. Vines (2009), passim.

⁷ Vgl. Abschnitt 5.4.

kensektor zu einer der Industrien, der Kunden gegenwärtig das geringste Vertrauen entgegenbringen.⁸

Insbesondere die Vertrauensverluste der Bankkunden stellen eine große Gefahr für die Banken dar. In der Regel sind Bankgeschäfte komplexe Transaktionen.⁹ Zur Steigerung der Effizienz tendieren Bankkunden zu einer Bindung an eine vertrauenswürdige Bank.¹⁰ Vertrauen ist daher ein kritischer Faktor für den Erfolg von Geschäftsbeziehungen im Dienstleistungssektor und somit auch für die Ertragssituation von Banken entscheidend.¹¹ Die herausragende Bedeutung des Vertrauens konnte in verschiedenen Studien belegt werden. Vertrauen gilt nach BARNEY/HANSEN¹² als Grundlage für Wettbewerbsvorteile. Es reduziert nach ANDALEEB¹³ Transaktionskosten sowie Unsicherheit und opportunistisches Verhalten.¹⁴ Vertrauen führt darüber hinaus zu steigender Loyalität und Verpflichtung in Geschäftsbeziehungen¹⁵ und zusätzlich zu Zufriedenheit bei Transaktionen.¹⁶ ANDERSON/NARUS wiesen zudem eine verbesserte Kommunikation durch Vertrauen nach.¹⁷ Aus Vertrauen resultiert folglich eine Reihe positiver Konsequenzen. Im Kontext des Bankensektors sind Aufbau und Pflege von Vertrauen¹⁸ für die Durchführung von Finanzdienstleistungen gleichsam von existenzieller Bedeutung.¹⁹

Daher ist es nicht überraschend, dass im Zuge der Finanzkrise das Forschungsinteresse an Untersuchungen zur Entstehung und Wirkung des Vertrauens angestiegen ist.²⁰ Dennoch muss festgestellt werden, dass das Vertrauen in Banken noch nicht umfassend empirisch untersucht wurde. Trotz der diskutierten herausragenden Bedeutung des Vertrauens für die Durchführung von Finanztransaktionen sind theoretische und empirische Erkenntnisse hinsichtlich der Determinanten und Konsequenzen in der Literatur nur vereinzelt aufzufinden.

⁸ Vgl. European Commission (2010), S. 16.

⁹ Vgl. Abschnitt 1.3.1.

¹⁰ Vgl. Söllner (2007), S. 1025.

¹¹ Vgl. Aurier/N'Goala (2010), S. 303.

¹² Vgl. Barney/Hansen (1994), passim.

¹³ Vgl. Andaleeb/Anwar (1996), passim.

¹⁴ Vgl. Achrol (1996), passim.

¹⁵ Vgl. Ring (1996), passim.

¹⁶ Vgl. Wetzels/de Ruyter/van Birgelen (1998), passim; Zand (1972), passim.

¹⁷ Vgl. Anderson/Narus (1990), passim.

¹⁸ Vgl. Zineldin (1995), S. 33.

¹⁹ Vgl. Knights et al. (2001), S. 318.

²⁰ Vgl. exemplarisch die Sonderausgabe des *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 28, No. 4, 2010.

Die wenigen bestehenden Beiträge zum Vertrauen in Banken weisen eine oder mehrere der im Folgenden angeführten Schwächen auf:

- Alle identifizierten Untersuchungen, die nach der Finanzkrise erhoben wurden, fokussieren auf das Privatkundengeschäft. Eine aktuelle Untersuchung der Vertrauensbeziehung von Unternehmen in Banken liegt nicht vor.²¹
- Verschiedene Beiträge untersuchen spezielle Kommunikationskanäle zwischen Banken und ihren Kunden, wie Internet oder Mobiltelefon. So betrachtet EGGERT in der einzigen vorliegenden Studie, die die Vertrauensbeziehung zwischen deutschen Unternehmen und Banken in Deutschland untersucht, das Vertrauen von Unternehmen in das Onlinebanking.²²
- Eine Untersuchung, die dezidiert deutsche mittelständische Unternehmen mit ihren besonderen Anforderungen betrachtet, konnte nicht identifiziert werden. Beispielsweise liegt keine Untersuchung vor, die das Vertrauen in den Firmenkundenberater der Bank analysiert.

Es konnte somit keine Arbeit identifiziert werden, die Determinanten der Vertrauensbeziehung zwischen dem deutschen Mittelstand und seinen Banken untersucht. Dabei ist der Mittelstand für die deutsche Volkswirtschaft und die Banken von hoher Bedeutung. Mittelständische Unternehmen beschäftigen fast 80 Prozent der Arbeitnehmer in Deutschland und liefern den Großteil der Nettowertschöpfung deutscher Unternehmen.²³ Darüber hinaus erfolgt die Finanzierung des Mittelstandes weitestgehend über die inländischen Banken. Daher stellen mittelständische Unternehmen eine bedeutende Kundengruppe für deutsche Banken dar.

Eine erfolgversprechende Strategie,²⁴ um die eingangs angeführten Ertragsprobleme der Banken zu mindern, ist die Verbindung des Firmen- und Privatkundengeschäfts von Unternehmen.²⁵ Die Attraktivität von Unternehmern als Zielkunden im gehobenen Privatkunden-

²¹ Vgl. Abschnitt 2.1.2.3.

²² Vgl. Eggert (2002), passim.

²³ Vgl. Institut für Mittelstandsforschung Bonn (2011), passim.

²⁴ Vgl. Kötze (1997), S. 27 ff.

²⁵ Im Kontext der vorliegenden Untersuchung werden unter dem Begriff Unternehmer die Eigentümer von inhabergeführten Unternehmen verstanden. Weiter werden in der relevanten Literatur zusätzlich die sogenannten *High Executives* unter dem Unternehmerbegriff subsumiert. Vgl. Tilmes/Jakob (2008), passim; Schöning (2009), S. 420. Diesem Vorgehen wird im Rahmen dieser Arbeit gefolgt.

geschäft liegt in ihrem hohen Kundenwert.²⁶ Mittelständische Unternehmen sind ein äußerst wichtiger Bereich des Firmenkundengeschäfts von Banken. Zudem liegt das Vermögen von Unternehmern signifikant über dem Durchschnitt der restlichen Bevölkerung.²⁷ Eine kombinierte, integrierte Betrachtung, die sowohl alle durch das Unternehmen generierten Bankerträge als auch alle privat durch den Unternehmer in Anspruch genommenen Finanzdienstleistungen umfasst, steigert die Attraktivität des Unternehmers für Banken abermals.

Gegenwärtig verfügen nur 45,5 Prozent der mittelständischen Unternehmer über eine integrierte Bankbeziehung.²⁸ Somit besteht für die Banken hier ein großes Ertragspotenzial. Banken haben dieses Potenzial erkannt und bieten vermehrt spezielle, ganzheitliche Dienstleistungen für Unternehmerkunden an.²⁹ Dabei wird die kundengruppenorientierte Organisation von Banken überwunden, die durch eine divisionale Organisationsform mit den Einheiten Firmenkunden und Privatkunden geprägt ist.³⁰

Allerdings sind die Unternehmerkunden hinsichtlich einer Verbindung ihrer geschäftlichen und privaten Bankbeziehung zurückhaltend. Die größte Befürchtung der Unternehmer ist die „Transparenz gegenüber dem Anbieter“.³¹ In der Literatur wird ausgeführt, dass die Finanzkrise dieses Phänomen weiter verstärkt habe und Bankkunden zunehmend illoyaler gegenüber ihrem Institut würden. Zusätzlich sei im Privatkundengeschäft die Sorge des Vermögensverlustes aufgrund von Bankinsolvenzen entstanden und führe zu einer zunehmenden Verteilung von Vermögensgegenständen auf mehrere Finanzinstitutionen.³²

Die von den Unternehmern angeführten Gründe für die Trennung ihrer privaten und geschäftlichen Bankbeziehung weisen darauf hin, dass sie ihren Banken nicht ausreichend vertrauen. Daher ist die Untersuchung der integrativen Bankbeziehung als Konsequenz des Vertrauens von hoher Relevanz. In der Literatur konnte kein Beitrag identifiziert werden, der die integrierte Bankbeziehung von Unternehmern empirisch fundiert untersucht. Weiterhin ist die geschilderte Themenstellung aus konzeptioneller Sicht nur vereinzelt analysiert worden.

²⁶ Unter dem Begriff Kundenwert wird nach MEFFERT/BRUHN die „Summe aller diskontierten Ein- und Auszahlungen eines Kunden (...) im Verlauf der gesamten Geschäftsbeziehung (...)“ verstanden. Meffert/Bruh (2000), S. 153.

²⁷ Vgl. Homburg/Klenk (2008), S. 379.

²⁸ Vgl. Abschnitt 5.4.

²⁹ Vgl. Tilmes/Jakob (2008), S. 849; Schöning (2009), S. 419.

³⁰ Vgl. Stüchtgen/Paul (1998), S. 239.

³¹ Vgl. Tilmes/Jakob (2008), S. 852.

³² Vgl. Aurier/N'Goala (2010), S. 303.

Dabei wurde die Perspektive der Banken bislang in keiner dem Autor bekannten Arbeit betrachtet.

Es bleibt festzuhalten, dass die Vertrauensbeziehung zwischen Unternehmen und Banken ein hochgradig relevantes Problem für Praxis und Forschung darstellt. Darüber hinaus ist die Verbindung der privaten und geschäftlichen Bankbeziehung ein weitgehend unbearbeitetes Forschungsgebiet innerhalb der Bankbetriebslehre, das große konzeptionelle und empirische Forschungslücken aufweist.

Die praktische und theoretische Relevanz sowie die sich daraus ergebende Forschungslücke werden in Abbildung 1 dargestellt.



Abbildung 1: Praktische und theoretische Relevanz der Untersuchung

Quelle: eigene Darstellung

1.2 Zielsetzungen und Forschungsfragen

Die übergeordnete Zielsetzung dieser Arbeit besteht darin, einen Beitrag für ein verbessertes Verständnis der Vertrauensbeziehung in Banken zu leisten. Die Ausführungen zur Problemstellung in Abschnitt 1.1 verdeutlichen den Mangel an großzahliger empirischer gesicherter Erkenntnissen, insbesondere hinsichtlich der Vertrauensbeziehung zwischen Unternehmern und ihren Banken. Bezüglich der zu berücksichtigenden Unternehmen konnte sowohl der Mangel als auch die Relevanz von Untersuchungen der Vertrauensbeziehung mittelständischer Unternehmen aufgezeigt werden. Daher besteht das grundlegende Ziel dieser Arbeit darin, ein besseres Verständnis der Determinanten und Konsequenzen der Vertrauensbeziehung mittelständischer Unternehmen in Banken zu schaffen. Hinsichtlich der Konsequenzen des Vertrauens konnte in Abschnitt 1.1 das Erfordernis einer Untersuchung der integrierten Bankbeziehung verdeutlicht werden. Dieses für die Bankpraxis hochrelevante Thema wurde bislang in der Literatur nur vereinzelt betrachtet. Daher zielt diese Arbeit auf einen Erkenntnisfortschritt hinsichtlich der integrierten Bankbeziehung als Konsequenz des Vertrauens ab.

Damit die Zielsetzungen dieser Arbeit erreicht werden können, wird in einem ersten Schritt ein fundiertes Untersuchungsmodell entwickelt, das die zentralen Determinanten des Vertrauens sowie die integrierte Bankbeziehung als Konsequenz des Vertrauens berücksichtigt. Dafür werden auf Basis theoretischer Überlegungen der Vertrauensforschung und Bankbetriebslehre die einzelnen Aspekte der Vertrauensbeziehung mittelständischer Unternehmer konzeptionalisiert und operationalisiert. In diesem Zusammenhang gilt „Konzeptionalisierung“ als Kennzeichnung einzelner Bestandteile eines Zusammenhangs sowie als Aufstellung von Hypothesen hinsichtlich der Beziehungen dieser Bestandteile unter Berücksichtigung relevanter Theorien.³³ Im Rahmen der anschließend durchgeführten Operationalisierung werden den konzeptionalisierten Konstrukten konkrete statistische Messgrößen und Messverfahren zugeordnet.³⁴

Aus den ausgeführten Zielsetzungen ergeben sich für die vorliegende Arbeit folgende *Forschungsfragen*:

1. Durch welche Determinanten wird das Vertrauen des Kunden in Banken beeinflusst?
- Welche Determinanten beeinflussen das Vertrauen in das Management der Bank?

³³ Vgl. Kuß (2007), S. 23.

³⁴ Vgl. Kuß (2007), S. 23.

- Welche Determinanten beeinflussen das Vertrauen in den Kundenberater der Bank?
2. Zu welchen Konsequenzen führt das Vertrauen des Kunden in seine Bank?
 - Führt Vertrauen zur Verbindung der geschäftlichen und privaten Bankbeziehung von Unternehmern?
 - Welche weiteren Konsequenzen sind in dem Zusammenhang von Vertrauen und der Verbindung der geschäftlichen und privaten Bankbeziehung von Unternehmern von Relevanz?
 3. Welche Variablen haben einen positiven Effekt auf den Zusammenhang von Vertrauen und der Verbindung der geschäftlichen und privaten Bankbeziehung von Unternehmern?

1.3 Elemente der Untersuchung

1.3.1 Merkmale des deutschen Bankensektors

Für diese Arbeit wurde der deutsche Bankensektor als Untersuchungskontext ausgesucht. Banken³⁵ sind ein adäquater Kontext, um Geschäftsbeziehungen zu untersuchen.³⁶ Bankdienstleistungen sind Dienstleistungen, die in hohem Maße von der Glaubwürdigkeit der Geschäftspartner abhängen. Somit nimmt das Vertrauen hier eine ausschlaggebende Rolle ein.³⁷ Die speziellen Charakteristika der Branche, die Banken auch von anderen Dienstleistungsunternehmen unterscheiden, erschweren die Einschätzungen und Bewertungen des Bankensektors durch die Kunden. Dies führt zu einem höheren Risiko und einer gestiegenen Unsicherheit bei den Kunden.³⁸ Das Eingehen einer festen Geschäftsbeziehung mit einem Anbieter von Dienstleistungen wird als Strategie angesehen, um Unsicherheiten zu minimieren³⁹ und das Risiko zu reduzieren, insbesondere dann, wenn eine Vielzahl von Finanzdienstleistungen erworben wird.⁴⁰ Empirische Untersuchungen haben ergeben, dass Banken eine sehr wichtige Finanzierungsquelle für mittelständische Unternehmen sind.⁴¹ Daher ist die Bankbeziehung für mittelständische Unternehmen von hoher Bedeutung. Dies ist ein weiterer

³⁵ Banken bzw. Kreditinstitute werden nach §1 Abs. 1 des KWG definiert als „Unternehmen, die Bankgeschäfte gewerbsmäßig oder in einem Umfang betreiben, die einen in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb erfordern.“

³⁶ Vgl. Barnes (1997), passim; Lang/Colgate (2003), passim; Panther/Farquhar (2004), passim.

³⁷ Vgl. Eisingerich/Bell (2008), passim.

³⁸ Vgl. Colgate/Danaher (2000), passim.

³⁹ Vgl. Berry (1983), passim.

⁴⁰ Vgl. Harrison (2003), passim.

⁴¹ Vgl. Achleitner/Fingerle (2004), S. 16.

Aspekt, der den deutschen Bankensektor als adäquaten Untersuchungskontext für diese Arbeit qualifiziert.

Das deutsche Bankwesen ist eine der wichtigsten Industrien für die deutsche Volkswirtschaft. Im Juli 2011 betrug die Summe der Kredite an Unternehmen und wirtschaftlich selbständige Privatpersonen 1.337 Mrd. EUR.⁴²

Zwischen dem Januar des Jahres 2000 und dem Juli des Jahres 2011 stieg die Bilanzsumme der deutschen Banken von 5.767 Mrd. EUR um 39,6 Prozent auf 8.052 Mrd. EUR.⁴³ Hingegen reduzierte sich im gleichen Zeitraum die Anzahl der Banken von 2.987 auf 1.922. Somit kann ein Konsolidierungsprozess des deutschen Bankensektors festgestellt werden.⁴⁴

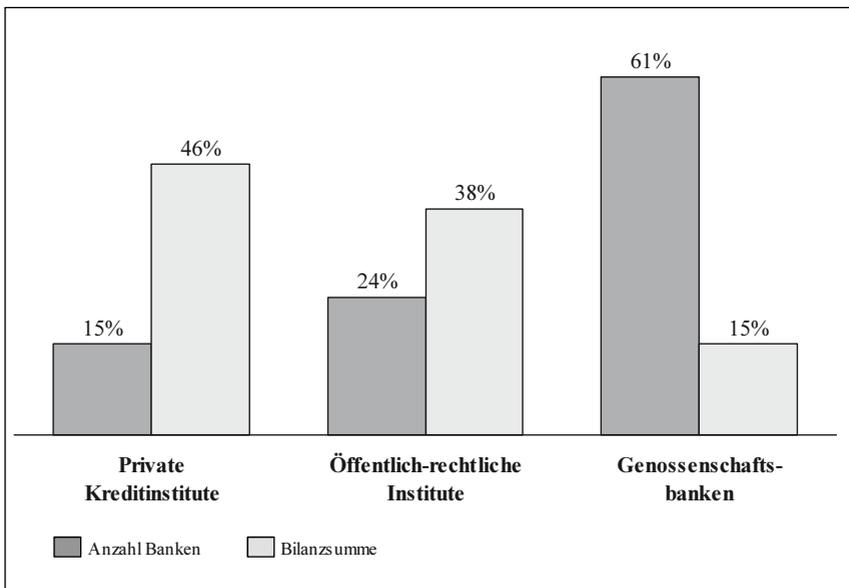


Abbildung 2: Struktur der drei Säulen des deutschen Bankensektors

Quelle: eigene Darstellung, Daten: Bundesbank (2011).

⁴² Vgl. Bundesbank (2011).

⁴³ Vgl. Bundesbank (2011).

⁴⁴ Vgl. Bundesbank (2011).

Eine in der Literatur und in der Praxis häufig durchgeführte Gliederung des Bankensektors ist die Unterteilung in das sogenannte „Drei-Säulen-Modell“.⁴⁵ Dies umfasst private Kreditinstitute (Privatbanken und Großbanken), öffentlich-rechtliche Banken (Sparkassen und Landesbanken) sowie Genossenschaftsbanken (Kreditgenossenschaften und genossenschaftliche Spitzeninstitute).⁴⁶ Die Struktur der drei Säulen des deutschen Bankensektors wird in Abbildung 2 dargestellt.

Im deutschen Bankensektor können vier Kundentypen identifiziert werden: Privatkunden, Firmenkunden, Länder und andere Banken. Im Rahmen dieser Arbeit sind die Privat- und Firmenkunden von Interesse.

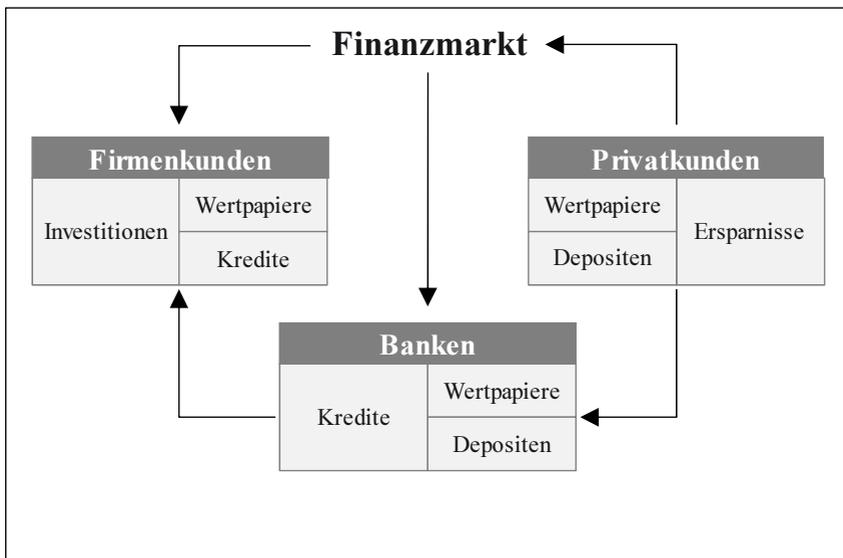


Abbildung 3: Beziehung zwischen Kapitalgebern und -nehmern

Quelle: in Anlehnung an Varmaz (2006), S. 19.

Banken agieren in einer Volkswirtschaft als Finanzintermediäre⁴⁷ zwischen dem Finanzmarkt und den Marktteilnehmern sowie zwischen den einzelnen Marktteilnehmern. Abbildung 3 veranschaulicht die einzelnen Zusammenhänge. Dabei stellen die Pfeile die Richtung der

⁴⁵ Es existieren darüber hinaus Spezialbanken, die sich auf bestimmte Geschäftsfelder (z. B. Immobilien) spezialisiert haben. Diese sollen im Rahmen dieser Arbeit nicht betrachtet werden.

⁴⁶ Vgl. Mechthild Schrooten (2008), S. 78 f.

⁴⁷ Ein Finanzintermediär ist eine Institution, die Einlagen der Kapitalgeber in Form von Krediten an die Kapitalnehmer vermittelt und weitergibt. Vgl. Varmaz (2006), S. 18.

Kapitalüberlassung dar. Diesen gegenüber erfolgen selbstverständlich Entgelt- und Rückzahlungen, die jedoch nicht in der Abbildung dargestellt sind. Die Abbildung verdeutlicht, dass Banken im Wettbewerb zum Finanzmarkt stehen. Banken müssen den Kunden Leistungen effizienter oder günstiger anbieten, als sie es wären, würden die Kunden sie direkt am Finanzmarkt beziehen.⁴⁸

Im Rahmen dieser Arbeit soll jeweils ein Segment des Firmen- und des Privatkundengeschäfts betrachtet werden: die Mittelstandsfinanzierung und das Private Banking. Beide Segmente werden in den nachfolgenden Abschnitten dargestellt.

1.3.2 Das Segment Mittelstandsfinanzierung

Eine Charakterisierung der Mittelstandsfinanzierung führt über den Begriff *Mittelstand*. Mittelständische Unternehmen sind für die deutsche Volkswirtschaft von äußerst hoher Bedeutung. Gemäß dem *Institut für Mittelstandsforschung* beschäftigen mittelständische Unternehmen in Deutschland 79,5 Prozent der Arbeitnehmer, schaffen 83,1 Prozent aller Ausbildungsplätze und verantworten 51,3 Prozent der Nettowertschöpfung deutscher Unternehmen.⁴⁹ Die Bedeutung des Mittelstands für europäische Volkswirtschaften wird von der *Europäischen Kommission* betont. Demnach sind mittelständische Unternehmen der Ursprung von Beschäftigung, Unternehmertum, Innovationen und Wachstum in Europa.⁵⁰

Aufgrund der Größe und dem sich daraus ableitenden Erlöspotenzial sind mittelständische Unternehmen für Banken eine wichtige Kundengruppe. In der Literatur wurde die Beziehung zwischen Banken und Mittelstand bereits untersucht. Dabei konnte die Bedeutung der persönlichen Betreuung durch die Bank für die Geschäftsbeziehung festgestellt werden.⁵¹

In der Fachliteratur findet sich eine Vielzahl von Ansätzen, den Mittelstand zu beschreiben und zu definieren. Allerdings hat sich bislang keine einheitliche Definition für den Begriff *Mittelstand* gebildet.⁵² Die Definitionen mittelständischer Unternehmen weisen in der Regel eine quantitative und eine qualitative Komponente auf.

⁴⁸ Vgl. Varmaz (2006), S. 18 f.

⁴⁹ Vgl. Institut für Mittelstandsforschung Bonn (2011), passim.

⁵⁰ Vgl. Europäische Kommission (2011), passim.

⁵¹ Vgl. Baas/Schrooten (2005), passim.

⁵² In einem ähnlichen Kontext werden zudem die Begriffe „Kleine und Mittlere Unternehmen“ (KMU), „Small and Medium Enterprises“ und „Familienunternehmen“ verwendet.