

Inhalt

Danksagung	V
Geleitwort	VII
Abstract	IX
Abbildungsverzeichnis	XV
Abkürzungen	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangslage und Problemstellung	1
1.2 Forschungsmotivation und Relevanz	3
1.3 Forschungslücke	4
1.4 Zielsetzung der Arbeit und Forschungsfrage	5
1.5 Vorgehensweise/Abgrenzung/Nutzen	6
2 Forschungsstand und Praxisgrundlagen (AEK)	9
2.1 Basiswissen erfolgreicher Unternehmensführung	9
2.1.1 Zweck des Unternehmertums – Erfolg der Wertschöpfungskette	9
2.1.2 Organisationsformen und deren Einflussfaktoren	12
2.1.3 Organisationsstruktur und deren Aufgabe	14
2.1.4 Unternehmenskultur	16
2.2 Grundverständnis: Führung, Marketing, Verkauf und Sicherheit	19
2.2.1 Führung als Basisvoraussetzung (Leadership und Management)	19
2.2.2 Marketing – strategische und operative Überlegungen	22
2.2.3 Grundlagen des Vertriebs und Anforderungen an den Verkauf	24
2.2.4 Begriffsverständnis der Unternehmenssicherheit	27

2.3	Unternehmenssicherheit als Business-Enabler	28
2.3.1	Gesetzliche Grundlagen als Basis für Schutz und Sicherheit	28
2.3.2	Sinn und Zweck der Corporate Security	34
2.3.3	Aufbau und Struktur der Unternehmenssicherheit	37
2.3.4	Zukunftsorientierte Betrachtung der Unternehmenssicherheit	39
2.3.5	Herausforderungen in der Unternehmenssicherheit	41
2.4	Erfolgsfaktor Vertrieb/Verkauf	44
2.4.1	Marktbezogenes Dienstleistungsangebot	44
2.4.2	Externes und internes Marketing	46
2.4.3	Herausforderungen und Eigenschaften erfolgreicher Verkaufskräfte	47
2.4.4	Führungs- und Vertriebsaspekte	50
2.4.5	Selbstvermarktung von Fach- und Führungskräften	51
2.5	Grundlagen von Wissen und Können	53
2.5.1	Kompetenzerweiterung von Fach- und Führungskräften	53
2.5.2	Aus-, Fort- und Weiterbildung	56
2.5.3	Bildungslandschaft im DACH-Raum	58
2.5.4	Bildungs- und Berufsmöglichkeiten im Sicherheitsumfeld	60
2.5.5	Kompetenz- und Bildungsfokus im Sicherheitsbereich	63
3	Methodik	69
3.1	Allgemeine Informationen zur Methodik	69
3.2	Onlineumfrage (Survey)	70
3.3	Interviews	73
4	Ergebnisse	75
4.1	Allgemeine Informationen und Ergebniswerte	75
4.2	Aus-, Fort- und Weiterbildungen (allgemein und Sicherheit)	80
4.3	Aus-, Fort- und Weiterbildung (Marketing und Verkauf)	84
4.4	Kompetenzeinschätzung zu Marketing- und Sales-Themen	91
4.4.1	Kompetenzeinschätzung bei Marketingstrategien	91
4.4.2	Kompetenzeinschätzung bei Verkaufsstrategien/-techniken	93
4.5	Kompetenzerweiterung im persönlichen Bereich	95
4.5.1	Themenfelder aus Marketing und Verkauf	95
4.5.2	Zahlen, Daten und Fakten vs. Emotionen	98
4.6	Ansichten zum Thema Sales/Verkauf	99

5	Diskussion	105
5.1	Interpretation und Beantwortung der Forschungsfrage	105
5.1.1	Antworten zur Forschungsfrage	105
5.1.2	Betrachtung der Berufsbildung	106
5.1.3	Betrachtung der Kompetenzeinschätzung	107
5.1.4	Betrachtung der Kompetenzerweiterung	109
5.1.5	Ganzheitliche Betrachtung und Schlussfolgerung	110
5.1.6	Beurteilung der Hypothese	111
5.2	Mehrwert für die Wissenschaft und Wirtschaft	112
5.3	Limitationen	114
5.4	Zukünftige Forschungsmöglichkeiten	114
6	Fazit	117
	Anhang	121
	Literaturverzeichnis	157