

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-------------|
| Inhaltsverzeichnis | xi |
| Abbildungsverzeichnis | xix |
| Tabellenverzeichnis | xxii |
| Abkürzungsverzeichnis | xxv |
| 1. Einführung in die Themenstellung | 1 |
| 1.1. Überblick | 1 |
| 1.2. Grundlegende Problematik | 1 |
| 1.3. Zielsetzung der Untersuchung | 5 |
| 1.4. Methodisches Vorgehen | 6 |
| 1.5. Abgrenzung der Themenstellung | 8 |
| 1.6. Aktueller Stand der Forschung | 10 |
| 1.7. Adressatenkreis der Studie | 13 |
| 1.8. Aufbau der Arbeit und Gang der Untersuchung | 14 |
| 2. Der Businessplan als Untersuchungsobjekt | 17 |
| 2.1. Einführung | 17 |
| 2.2. Der Businessplan im Kontext der Unternehmensgründung | 18 |
| 2.2.1. Begriff und Funktion des Businessplans | 18 |
| 2.2.2. Businesspläne und der Gründungserfolg | 23 |
| 2.2.3. Die Bewertung von Businessplänen durch Venture-Capital-Geber | 27 |
| 2.3. Struktur und Aufbau von Businessplänen | 29 |
| 2.3.1. Überblick | 29 |
| 2.3.2. Executive Summary | 30 |
| 2.3.3. Produkt oder Dienstleistung | 31 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 2.3.4. | Markt und Wettbewerb | 32 |
| 2.3.5. | Strategie | 32 |
| 2.3.6. | Marketing und Vertrieb | 33 |
| 2.3.7. | Unternehmer- und Gründerteam | 34 |
| 2.3.8. | Geschäftssystem, Unternehmensform und Organisation | 35 |
| 2.3.9. | Chancen und Risiken | 36 |
| 2.3.10. | Finanzplanung und Finanzierung | 36 |
| 2.4. | Bildung der Grundgesamtheit | 37 |
| 2.4.1. | Zentrale Kooperationspartner der Studie | 37 |
| 2.4.2. | Selektionsprozess der Businesspläne | 40 |
| 2.4.2.1. | Grundsätzliches Vorgehen | 40 |
| 2.4.2.2. | Erstellungsjahr des Businessplans | 40 |
| 2.4.2.3. | Rechtsform des Unternehmens | 42 |
| 2.4.2.4. | Unvollständigkeit des Businessplans | 42 |
| 2.4.2.5. | Fehlende Veröffentlichung im Bundesanzeiger | 43 |
| 2.4.2.6. | Gründungsvorhaben wurde nie umgesetzt | 44 |
| 2.4.2.7. | Unternehmen ist bereits etabliert | 45 |
| 2.4.2.8. | Auswahl der Kooperationspartner | 46 |
| 2.4.3. | Abschließende Bewertung für die Aussagefähigkeit der Untersuchung | 47 |
| 2.5. | Entwicklung einer konsolidierten Businessplanstruktur | 49 |
| 2.5.1. | Überblick | 49 |
| 2.5.2. | Gliederung der Businesspläne der Kooperationspartner | 50 |
| 2.5.2.1. | Strukturvorgabe des NUK | 50 |
| 2.5.2.2. | Strukturvorgabe des High-Tech Gründerfonds | 51 |
| 2.5.2.3. | Strukturvorgabe des Netzwerks Nordbayern | 52 |
| 2.5.2.4. | Strukturvorgabe des Cyberone Awards | 54 |
| 2.5.3. | Konsolidierung der Strukturvorgabem | 54 |
| 2.6. | Zusammenfassung | 57 |
| 3. | Erschließung der Frühindikatoren als unabhängige Variablen | 59 |
| 3.1. | Einführung | 59 |
| 3.2. | Theoretische und empirische Fundierung | 60 |
| 3.2.1. | Überblick | 60 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 3.2.2. | Theoretische Fundierung in der Literatur | 61 |
| 3.2.2.1. | Überblick | 61 |
| 3.2.2.2. | Humankapitaltheorie | 61 |
| 3.2.2.3. | Netzwerke und soziales Kapital | 64 |
| 3.2.2.4. | Theorie des „Organizational Imprinting“ | 67 |
| 3.2.3. | Empirische Fundierung in der Literatur | 69 |
| 3.2.4. | Experteninterviews | 70 |
| 3.3. | Methodik der Inhaltsanalyse | 71 |
| 3.4. | Basisdaten des Unternehmens | 73 |
| 3.5. | Das Gründerteam | 76 |
| 3.5.1. | Überblick | 76 |
| 3.5.2. | Alter, Geschlecht und Nationalität der Gründer | 78 |
| 3.5.3. | Humankapitalprofil der Gründer | 81 |
| 3.5.3.1. | Überblick | 81 |
| 3.5.3.2. | Ausbildungsniveau der Gründer | 81 |
| 3.5.3.3. | Berufserfahrung | 85 |
| 3.5.3.4. | Branchenerfahrung | 88 |
| 3.5.3.5. | Funktionale Erfahrung | 91 |
| 3.5.3.6. | Führungserfahrung | 93 |
| 3.5.3.7. | Vertriebserfahrung | 96 |
| 3.5.3.8. | Gründungserfahrung | 98 |
| 3.5.4. | Indikatoren der Teamzusammensetzung | 100 |
| 3.5.4.1. | Überblick | 100 |
| 3.5.4.2. | Größe des Gründerteams | 101 |
| 3.5.4.3. | Vollständigkeit des Gründerteams | 104 |
| 3.5.4.4. | Interdisziplinärität des Gründerteams | 107 |
| 3.5.4.5. | Technologie und Wirtschaft | 110 |
| 3.5.4.6. | Zusammenarbeit und Bekanntschaft der Gründer | 112 |
| 3.6. | Produkt- und Geschäftsidee | 115 |
| 3.6.1. | Überblick | 115 |
| 3.6.2. | Schutzfähigkeit der Geschäftsidee | 116 |
| 3.6.3. | Proprietät und geistiges Eigentum der Technologie | 121 |
| 3.6.4. | Stand der Prototypentwicklung | 124 |
| 3.6.5. | Alleinstellungsmerkmal | 126 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 3.7. | Markt- und Wettbewerbsanalyse | 129 |
| 3.7.1. | Überblick | 129 |
| 3.7.2. | Marktgröße | 133 |
| 3.7.3. | Marktwachstum | 134 |
| 3.7.4. | Konzentration der Kundenbasis | 136 |
| 3.7.5. | Rivalität und Konkurrenz | 139 |
| 3.8. | Vertrieb und Marketing | 141 |
| 3.8.1. | Überblick | 141 |
| 3.8.2. | Marketingkonzept | 141 |
| 3.8.3. | Pilotkunden | 145 |
| 3.9. | Unternehmen und Organisation | 148 |
| 3.9.1. | Überblick | 148 |
| 3.9.2. | Allgemeines Netzwerk | 150 |
| 3.9.3. | Partnerschaften, Allianzen und Kooperationen | 155 |
| 3.9.4. | Unternehmensinterne Gremien | 157 |
| 3.10. | Nicht erhobene Indikatoren | 159 |
| 3.11. | Zusammenfassung | 160 |
| 4. | Erschließung der Unternehmensentwicklung als abhängige Variable | 165 |
| 4.1. | Einführung | 165 |
| 4.2. | Die Messung des Gründungserfolges aus Sicht der Forschung | 166 |
| 4.3. | Ein Messkonzept für die Unternehmensentwicklung | 168 |
| 4.3.1. | Begründung des neuen Messkonzeptes | 168 |
| 4.3.2. | Das Jahresergebnis als Kennzahl des Unternehmenserfolges | 169 |
| 4.3.3. | Der elektronische Bundesanzeiger als Datenquelle | 172 |
| 4.3.4. | Erhebungszeitraum der Unternehmensentwicklung | 175 |
| 4.3.5. | Berechnung der Abweichung zwischen Plan und Ist | 179 |
| 4.3.6. | Kritische Betrachtung des Messkonzeptes unter Gesichtspunkten der Informationsökonomik | 180 |
| 4.4. | Weitere Kennzahlen der Unternehmensentwicklung | 184 |
| 4.4.1. | Überblick | 184 |
| 4.4.2. | Return-on-Investment | 185 |
| 4.4.3. | Rang der relativen Abweichung | 186 |
| 4.4.4. | Kombiniertes Maß aus relativer und absoluter Abweichung | 187 |
| 4.4.5. | Modifikationen des relativen Abweichungsmaßes | 188 |

| | |
|---|------------|
| 4.5. Zusammenfassung | 190 |
| 5. Deskriptive Erkenntnisse über die Indikatoren der Grundgesamtheit | 193 |
| 5.1. Einführung | 193 |
| 5.2. Basisdaten der Unternehmung | 193 |
| 5.2.1. Standortverteilung | 193 |
| 5.2.2. Branchenzugehörigkeit | 196 |
| 5.2.3. Gründungsjahr | 198 |
| 5.2.4. Herkunft der Businesspläne | 198 |
| 5.3. Das Gründerteam | 200 |
| 5.3.1. Alter, Geschlecht und Nationalität | 200 |
| 5.3.2. Humankapitalprofil der Gründer | 203 |
| 5.3.2.1. Ausbildungsniveau der Gründer | 203 |
| 5.3.2.2. Berufserfahrung | 208 |
| 5.3.2.3. Branchenerfahrung | 209 |
| 5.3.2.4. Funktionale Erfahrung | 210 |
| 5.3.2.5. Führungserfahrung | 211 |
| 5.3.2.6. Vertriebserfahrung | 212 |
| 5.3.2.7. Gründungserfahrung | 213 |
| 5.3.2.8. Zusammenfassende Darstellung | 213 |
| 5.3.3. Indikatoren der Teamzusammensetzung | 215 |
| 5.3.3.1. Größe des Gründerteams | 215 |
| 5.3.3.2. Vollständigkeit der Gründerteams | 216 |
| 5.3.3.3. Interdisziplinarität der Gründerteams | 218 |
| 5.3.3.4. Technologie und Wirtschaft | 220 |
| 5.3.3.5. Zusammenarbeit und Bekanntschaft der Gründer | 220 |
| 5.4. Produkt- und Geschäftsidee | 222 |
| 5.4.1. Schutzzfähigkeit der Geschäftsidee | 222 |
| 5.4.2. Proprietät und geistiges Eigentum der Technologie | 224 |
| 5.4.3. Stand der Prototypentwicklung | 225 |
| 5.4.4. Alleinstellungsmerkmal | 226 |
| 5.5. Markt- und Wettbewerbsanalyse | 227 |
| 5.5.1. Marktgröße | 227 |
| 5.5.2. Marktwachstum | 229 |
| 5.5.3. Konzentration der Kundenbasis | 230 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 5.5.4. | Rivalität und Konkurrenz | 232 |
| 5.6. | Vertrieb und Marketing | 234 |
| 5.6.1. | Marketingkonzept | 234 |
| 5.6.2. | Pilotkunden | 235 |
| 5.7. | Unternehmen und Organisation | 236 |
| 5.7.1. | Allgemeines Netzwerk | 236 |
| 5.7.2. | Partnerschaften, Allianzen und Kooperationen | 239 |
| 5.7.3. | Unternehmensinterne Gremien | 241 |
| 5.8. | Finanzplanung und Unternehmensentwicklung | 242 |
| 5.8.1. | Überblick | 242 |
| 5.8.2. | Erwartungen der Unternehmensgründer | 242 |
| 5.8.3. | Abweichung zwischen Plan und Ist | 246 |
| 5.9. | Zusammenfassung | 247 |
| 6. | Zentrale Ergebnisse der statistischen Analyse | 249 |
| 6.1. | Einführung | 249 |
| 6.2. | Statistische Methoden und Verfahren | 250 |
| 6.2.1. | Lineare Zusammenhänge | 250 |
| 6.2.1.1. | Überblick | 250 |
| 6.2.1.2. | Korrelationskoeffizient nach Bravais-Pearson | 250 |
| 6.2.1.3. | Rangkorrelationskoeffizient nach Spearman | 252 |
| 6.2.1.4. | Rangkorrelationskoeffizient nach Kendall | 253 |
| 6.2.1.5. | Punktbiserialer Korrelationskoeffizient | 254 |
| 6.2.1.6. | Test auf Signifikanz | 255 |
| 6.2.1.7. | Normalverteilung und Heteroskedastizität | 257 |
| 6.2.2. | Nichtlineare Zusammenhänge | 258 |
| 6.2.3. | Methodik der Faktorenanalyse | 260 |
| 6.3. | Ergebnisse der Hypothesentests | 263 |
| 6.3.1. | Überblick | 263 |
| 6.3.2. | Das Gründerteam | 263 |
| 6.3.3. | Produkt- und Geschäftsidee | 267 |
| 6.3.4. | Markt- und Wettbewerbsanalyse | 268 |
| 6.3.5. | Vertrieb und Marketing | 271 |
| 6.3.6. | Unternehmen und Organisation | 273 |
| 6.3.7. | Zwischenfazit | 274 |

| | |
|---|------------|
| 6.4. Zusammenhänge innerhalb der Indikatorenbasis | 277 |
| 6.4.1. Überblick | 277 |
| 6.4.2. Erwartungen der Gründer | 278 |
| 6.4.3. Produkt und Markt | 281 |
| 6.4.4. Zugang zu sozialem Kapital | 284 |
| 6.4.5. Heterogenität und Interdisziplinarität | 286 |
| 6.4.6. Zwischenfazit | 288 |
| 6.5. Ergebnisse der Faktorenanalyse | 288 |
| 6.5.1. Überblick | 288 |
| 6.5.2. Herleitung zentraler Faktoren | 289 |
| 6.5.3. Zwischenfazit | 295 |
| 6.6. Zusammenfassung | 297 |
| 7. Zusammenfassung, kritische Würdigung und Ausblick | 299 |
| 7.1. Überblick | 299 |
| 7.2. Zusammenfassung der Erkenntnisse | 300 |
| 7.2.1. Deskriptive Erkenntnisse aus der Grundgesamtheit | 300 |
| 7.2.2. Frühindikatoren der Unternehmensentwicklung | 301 |
| 7.2.3. Ergebnisse der Faktorenanalyse | 302 |
| 7.3. Kritische Würdigung der Arbeit | 303 |
| 7.3.1. Erhebung der unabhängigen Variablen | 303 |
| 7.3.2. Erhebung der abhängigen Variable | 304 |
| 7.3.3. Umfang der Grundgesamtheit | 306 |
| 7.4. Implikationen aus den Ergebnissen | 307 |
| 7.4.1. Implikationen für die Forschung | 307 |
| 7.4.2. Implikationen für die Praxis | 309 |
| 7.4.3. Implikationen für die Gründungsförderung | 309 |
| 7.5. Fazit und abschließende Anmerkungen | 311 |
| Anhang | |
| A. Ergebnisse der statistischen Analyse | 315 |
| B. Sonstige Anhänge | 327 |
| Literaturverzeichnis | 331 |