

Inhaltsverzeichnis

1. Grundlagen.....	1
1.1 Die <u>Merkmale</u> der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft.....	1
1.1.1 <i>Ausgangsfeld</i> : Unternehmensgründung	1
1.1.2 <i>Anwendungsfeld</i> : Digitale Wirtschaft/E-Business	5
1.1.3 <i>Anforderungsfeld</i> : Digitale Unternehmensführung/D-Leadership	11
1.1.4 <i>Forschungsfeld</i> : E-Entrepreneurship/E-Venture	15
1.1.5 <i>Umsetzungsfeld</i> : M-Entrepreneurship.....	21
1.1.6 <i>Entwicklungsfeld</i> : T-Entrepreneurship	28
1.1.7 <i>Zukunftsfeld</i> : V-Entrepreneurship.....	32
1.2 Die <u>Bereiche</u> der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft.....	37
1.2.1 <i>Web 1.0</i> : E-Procurement-, E-Shop- und E-Marketplace-Systeme	39
1.2.2 <i>Web 2.0</i> : E-Community- und E-Company-Systeme.....	68
1.2.3 <i>Web 3.0</i> : E-Desk-Systeme	88
1.2.4 <i>Web 4.0</i> : E-Industrial-Systeme	101
1.2.5 <i>Web 5.0</i> : E-Artificial-Systeme	104
1.3 Die <u>Akteure</u> der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft	107
1.3.1 <i>Kapitalnehmer</i> : Startup-Gründer	108
1.3.2 <i>Kapitalgeber</i> : Startup-Investoren	113
1.3.3 <i>Unterstützer</i> : Startup-Ecosystem	117
1.4 Die <u>Faktoren</u> der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft.....	128
1.4.1 <i>Ausgangspunkt</i> : Management und Produkt	128
1.4.2 <i>Umsetzung</i> : Prozesse und Marktzugang	131
1.4.3 <i>Notwendigkeit</i> : Finanzen.....	133
1.5 Die <u>Phasen</u> der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft.....	134
1.5.1 <i>Early Stage</i> : Ideenfindung, -formulierung und -umsetzung	134
1.5.2 <i>Expansion Stage</i> : Ideenintensivierung.....	136
1.5.3 <i>Later Stage</i> : Ideenfortführung und/oder -diversifikation.....	137
1.6 Die <u>Struktur</u> der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft	138
<i>Übungsaufgaben</i>	142
<i>Klausuraufgaben</i>	145
<i>Literatur zum Kapitel</i>	153

2. Ideenfindung 155

2.1 Der Erfolgsfaktor „Management“ in der Ideenfindungsphase 155

2.1.1 *Voraussetzungen für Gründer* in der Digitalen Wirtschaft 155

2.1.1.1 Die Persönlichkeit 156

2.1.1.2 Die Motivation und Interessen 159

2.1.1.3 Die Kompetenzen 160

2.1.2 *Anforderungen an Gründer* in der Digitalen Wirtschaft 162

2.1.2.1 Das Fach- und Spezialwissen 163

2.1.2.2 Die Teamfähigkeit 164

2.2 Der Erfolgsfaktor „Produkt“ in der Ideenfindungsphase 168

2.2.1 *Methoden zur Limitation* der Ideensuche in der Digitalen Wirtschaft 168

2.2.1.1 Die Kompetenz-Analyse 170

2.2.1.2 Die Szenario-Technik 172

2.2.1.3 Die Suchfeld-Analyse 174

2.2.2 *Methoden zur Identifikation* der Idee in der Digitalen Wirtschaft 176

2.2.2.1 Die Kreativitätstechniken 177

2.2.2.2 Die Experteninterviews 184

2.2.3 *Methoden zur Evaluation* der Idee in der Digitalen Wirtschaft 186

2.2.3.1 Das Scoring-Modell 186

2.2.3.2 Die Wirtschaftlichkeitsanalyse 189

2.3 Der Erfolgsfaktor „Prozesse“ in der Ideenfindungsphase 191

2.3.1 *Identifikation von Prozessen* in der Digitalen Wirtschaft 191

2.3.1.1 Die elektronische Wertschöpfung 192

2.3.1.2 Der elektronische Wertschöpfungsprozess 195

2.3.2 *Spezifikation von Prozessen* in der Digitalen Wirtschaft 197

2.3.2.1 Die ereignisgesteuerte Prozesskette 197

2.3.2.2 Die kundenorientierte Prozesskette 201

2.4 Der Erfolgsfaktor „Marktzugang“ in der Ideenfindungsphase 203

2.4.1 *Identifikation des Marktauftritts* in der Digitalen Wirtschaft 204

2.4.1.1 Der Marken- und Domainname 204

2.4.1.2 Die Unternehmenspositionierung 208

2.4.2 *Identifikation der Marktstruktur* in der Digitalen Wirtschaft 210

2.4.2.1 Die Marktteilnehmer 211

2.4.2.2 Die Multiplikatoren 213

2.4.2.3 Die Rahmenbedingungen 216

- 2.5 Der Erfolgsfaktor „Finanzen“ in der Ideenfindungsphase218
 - 2.5.1 *Basis der Unternehmensfinanzierung* in der Digitalen Wirtschaft.....219
 - 2.5.1.1 Die strategie-bestimmende Finanzierung219
 - 2.5.1.2 Die strategie-erfüllende Finanzierung221
 - 2.5.2 *Möglichkeiten der Pre-Seed-Finanzierung* in der Digitalen Wirtschaft ...223
 - 2.5.2.1 Das Bootstrapping.....225
 - 2.5.2.2 Die staatliche Förderung227
- Übungsaufgaben*230
- Klausuraufgaben*.....234
- Literatur zum Kapitel*.....241

- 3. Ideenformulierung243
 - 3.1 Der Erfolgsfaktor „Management“ in der Ideenformulierungsphase243
 - 3.1.1 *Beschreibung des Gründerteams* in der Digitalen Wirtschaft.....243
 - 3.1.1.1 Die Qualifikation.....244
 - 3.1.1.2 Die Vision246
 - 3.1.2 *Beschreibung der Gründungsstruktur* in der Digitalen Wirtschaft248
 - 3.1.2.1 Die Rollenverteilung248
 - 3.1.2.2 Die Beteiligungsverhältnisse251
 - 3.1.3 *Beschreibung der Gründungsordnung* in der Digitalen Wirtschaft253
 - 3.1.3.1 Der Organisationsaufbau254
 - 3.1.3.2 Die Organisationsstruktur258
 - 3.2 Der Erfolgsfaktor „Produkt“ in der Ideenformulierungsphase260
 - 3.2.1 *Beschreibung des Produktes* in der Digitalen Wirtschaft.....261
 - 3.2.1.1 Der elektronische Mehrwert261
 - 3.2.1.2 Das Alleinstellungsmerkmal.....264
 - 3.2.1.3 Die Schutzmöglichkeiten266
 - 3.2.1.4 Das Entwicklungspotenzial.....268
 - 3.2.2 *Beschreibung des Geschäftsmodells* in der Digitalen Wirtschaft.....271
 - 3.2.2.1 Der elektronische Geschäftsbereich.....271
 - 3.2.2.2 Das elektronische Geschäftskonzept275
 - 3.2.3 *Beschreibung des Produktumfeldes* in der Digitalen Wirtschaft.....278
 - 3.2.3.1 Die Marktanalyse279
 - 3.2.3.2 Die Kundenanalyse281
 - 3.2.3.3 Die Wettbewerbsanalyse.....284
 - 3.2.3.4 Die SWOT-Analyse289

3.3	Der Erfolgsfaktor „ <u>Prozesse</u> “ in der Ideenformulierungsphase	291
3.3.1	<i>Beschreibung des Unternehmensaufbaus</i> in der Digitalen Wirtschaft	292
3.3.1.1	Der Standort	292
3.3.1.2	Die Rechtsform	294
3.3.2	<i>Beschreibung des Technologieaufbaus</i> in der Digitalen Wirtschaft	315
3.3.2.1	Die Technologieanforderungen	315
3.3.2.2	Die Technologieentscheidungen	320
3.3.2.3	Das Zahlungssystem	326
3.3.3	<i>Beschreibung des Organisationsaufbaus</i> in der Digitalen Wirtschaft	334
3.3.3.1	Die Ressourcenplanung	334
3.3.3.2	Die Projektplanung	337
3.3.3.3	Die Meilensteinplanung	339
3.4	Der Erfolgsfaktor „ <u>Marktzugang</u> “ in der Ideenformulierungsphase	341
3.4.1	<i>Beschreibung des Markteintritts</i> in der Digitalen Wirtschaft	342
3.4.1.1	Die Produktstrategie	342
3.4.1.2	Die Preisstrategie	343
3.4.1.3	Die Kommunikationsstrategie	351
3.4.1.4	Die Vertriebsstrategie	371
3.4.2	<i>Beschreibung von Kooperationen</i> in der Digitalen Wirtschaft	373
3.4.2.1	Die Kooperationsziele	374
3.4.2.2	Der Kooperationsinhalt	375
3.4.2.3	Die Cross-Channel-Kooperation	377
3.5	Der Erfolgsfaktor „ <u>Finanzen</u> “ in der Ideenformulierungsphase	381
3.5.1	<i>Beschreibung der Finanzplanung</i> in der Digitalen Wirtschaft	381
3.5.1.1	Die Umsatz- und Kostenplanung	383
3.5.1.2	Die Liquiditätsplanung	388
3.5.2	<i>Möglichkeiten der Seed-Finanzierung</i> in der Digitalen Wirtschaft	390
3.5.2.1	Die Bankkredite und -darlehen	390
3.5.2.2	Der Businessplan-Wettbewerb	392
3.5.2.3	Der Business Angel	393
3.5.2.4	Das Crowdfinancing	396
	<i>Übungsaufgaben</i>	400
	<i>Klausuraufgaben</i>	404
	<i>Literatur zum Kapitel</i>	411

4. Ideenumsetzung	413
4.1 Der Erfolgsfaktor „ <u>Management</u> “ in der Ideenumsetzungsphase	413
4.1.1 <i>Unternehmenssteuerung</i> in der Digitalen Wirtschaft	413
4.1.1.1 Die Unternehmensführung	414
4.1.1.2 Der Beirat/Aufsichtsrat	416
4.1.2 <i>Personalsteuerung</i> in der Digitalen Wirtschaft	420
4.1.2.1 Die Personalsuche und -auswahl	423
4.1.2.2 Das Personalmanagement	426
4.2 Der Erfolgsfaktor „ <u>Produkt</u> “ in der Ideenumsetzungsphase	432
4.2.1 <i>Produktpositionierung</i> in der Digitalen Wirtschaft	433
4.2.1.1 Der Marken- und Produktaufbau	433
4.2.1.2 Die Marken- und Produktakzeptanz	447
4.2.2 <i>Wettbewerbspositionierung</i> in der Digitalen Wirtschaft	452
4.2.2.1 Der Speed-Leader	453
4.2.2.2 Der Topical-Leader	454
4.3 Der Erfolgsfaktor „ <u>Prozesse</u> “ in der Ideenumsetzungsphase	455
4.3.1 <i>Projektmanagement</i> in der Digitalen Wirtschaft	456
4.3.1.1 Die Projektorganisation	456
4.3.1.2 Die Projektimplementierung	459
4.3.2 <i>Softwareentwicklung</i> in der Digitalen Wirtschaft	469
4.3.2.1 Die Bausteine der Internetapplikation	473
4.3.2.2 Die Architektur der Internetapplikation	479
4.3.2.3 Die Basisprozesse der Internetapplikation	483
4.3.3 <i>Controlling</i> in der Digitalen Wirtschaft	493
4.3.3.1 Die quantitativen Werttreiber	495
4.3.3.2 Die qualitativen Werttreiber	497
4.3.3.3 Das 4-K-Modell zur KPI-Steuerung	499
4.4 Der Erfolgsfaktor „ <u>Marktzugang</u> “ in der Ideenumsetzungsphase	501
4.4.1 <i>Markteintrittsstrategie</i> in der Digitalen Wirtschaft	501
4.4.1.1 Die Pionier- und Folgerstrategie	502
4.4.1.2 Das Marktanteilswachstum	504
4.4.2 <i>Markteintrittssicherung</i> in der Digitalen Wirtschaft	506
4.4.2.1 Das Key-Account-Management	506
4.4.2.2 Das Vertrauensmanagement	511

4.5	Der Erfolgsfaktor „ <u>Finanzen</u> “ in der Ideenumsetzungsphase	514
4.5.1	<i>Basis der Unternehmensbeteiligung</i> in der Digitalen Wirtschaft	515
4.5.1.1	Der Beteiligungsablauf	515
4.5.1.2	Die Beteiligungsprüfung	517
4.5.1.3	Die Beteiligungsbewertung	521
4.5.2	<i>Möglichkeiten der Startup-Finanzierung</i> in der Digitalen Wirtschaft	526
4.5.2.1	Das Venture-Capital-Unternehmen	526
4.5.2.2	Das Corporate-Venture-Capital-Unternehmen	530
	<i>Übungsaufgaben</i>	533
	<i>Klausuraufgaben</i>	537
	<i>Literatur zum Kapitel</i>	545
5.	Ideenintensivierung und -fortführung	547
5.1	Der Erfolgsfaktor „ <u>Management</u> “ in der Ideenintensivierungsphase	547
5.1.1	<i>Unternehmenskommunikation</i> in der Digitalen Wirtschaft	547
5.1.1.1	Die Team-Kommunikation	548
5.1.1.2	Das Team-Management	555
5.1.2	<i>Marktkommunikation</i> in der Digitalen Wirtschaft	558
5.1.2.1	Die Stakeholder	559
5.1.2.2	Die Shareholder	562
5.2	Der Erfolgsfaktor „ <u>Produkt</u> “ in der Ideenintensivierungsphase	568
5.2.1	<i>Produktentwicklung</i> in der Digitalen Wirtschaft	569
5.2.1.1	Das Data Mining	572
5.2.1.2	Das Database Marketing	577
5.2.1.3	Die Customer Integration	581
5.2.2	<i>Produkterweiterung</i> in der Digitalen Wirtschaft	582
5.2.2.1	Das Cross- und Up-Selling	583
5.2.2.2	Das Bonuspunkte-Programm	585
5.3	Der Erfolgsfaktor „ <u>Prozesse</u> “ in der Ideenintensivierungsphase	587
5.3.1	<i>Wachstumsmanagement</i> in der Digitalen Wirtschaft	587
5.3.1.1	Die Wachstumsnotwendigkeit und -fähigkeit	588
5.3.1.2	Die Wachstumsstrategien	593
5.3.2	<i>Business Reengineering</i> in der Digitalen Wirtschaft	595
5.3.2.1	Das Prozessmanagement	596
5.3.2.2	Die Prozessanpassung	599

5.3.3	<i>Krisenmanagement in der Digitalen Wirtschaft</i>	601
5.3.3.1	Die Krisenursachen	603
5.3.3.2	Die Krisenerkennung	607
5.3.3.3	Die Krisenbewältigung	609
5.4	Der Erfolgsfaktor „ <u>Marktzugang</u> “ in der Ideenintensivierungsphase	610
5.4.1	<i>Internationalisierung</i> in der Digitalen Wirtschaft	611
5.4.1.1	Die Internationalisierungsbasis	611
5.4.1.2	Die Internationalisierungsstrategien	615
5.4.2	<i>Customer Relationship Management</i> in der Digitalen Wirtschaft	618
5.4.2.1	Die Kundeninformationen	620
5.4.2.2	Die Kundenbindung	622
5.4.2.3	Das Kundenbeschwerdemanagement	625
5.5	Der Erfolgsfaktor „ <u>Finanzen</u> “ in der Ideenintensivierungsphase	629
5.5.1	<i>Basis des Beteiligungsverkaufs</i> in der Digitalen Wirtschaft	629
5.5.1.1	Der Trade Sale und Secondary Purchase	632
5.5.1.2	Die Buy-Back-Option	635
5.5.1.3	Der Börsengang (IPO)	637
5.5.2	<i>Möglichkeiten der Folge-Finanzierung</i> in der Digitalen Wirtschaft	641
5.5.2.1	Die Bridge-Finanzierung	642
5.5.2.2	Die MBO/MBI-Finanzierung	643
	<i>Übungsaufgaben</i>	646
	<i>Klausuraufgaben</i>	650
	<i>Literatur zum Kapitel</i>	657
6.	Exkurs: E-Business-Model-Generator	659
6.1	Der <u>Handlungsrahmen</u> für elektronische Geschäftsmodelle	659
6.1.1	<i>Ausgangslage</i> : Digitale Transformation	660
6.1.2	<i>Anwendungsfeld</i> : Digitale Geschäftsprozesse	661
6.2	Die <u>Handlungsstruktur</u> für elektronische Geschäftsmodelle	664
6.2.1	<i>Basisebene</i> : Kundenproblem und Lösungsansatz	666
6.2.2	<i>Angebotebene</i> : Mehrwerte und Plattformen	669
6.2.3	<i>Nachfrageebene</i> : Zielgruppe und Marketing	671
6.2.4	<i>Implementierungsebene</i> : Prozesse und Technologien	674
6.2.5	<i>Finanzebene</i> : Einnahmen und Kosten	678

6.3 Das <u>Handlungsergebnis</u> für elektronische Geschäftsmodelle	682
<i>Übungsaufgaben</i>	691
<i>Klausuraufgaben</i>	693
<i>Literatur zum Kapitel</i>	697
Glossar	699
Literaturverzeichnis	707
Stichwortverzeichnis	779
Autor	795