

**Mirosław Malek • Peter K. Ibach**

# **Entrepreneurship**

**Prinzipien, Ideen und Geschäftsmodelle zur  
Unternehmensgründung im Informationszeitalter**

Unter Mitarbeit von Julia Ahlers

**rSi dpunkt.verlag**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>1 Der Weg ins Informationszeitalter</b>	<b>13</b>
1.1 E-Society - Entwicklung der Informationsgesellschaft . . .	14
1.1.1 Die Verfügbarkeit des Wissens. . . . .	16
1.1.2 Meilensteine der Informationsgesellschaft . . . . .	18
1.1.3 Globalisierung . . . . .	29
1.1.4 E-Society - virtuelle Gesellschaft?. . . . .	34
1.1.5 Menschen der E-Society. . . . .	39
1.1.6 Demografische Entwicklung . . . . .	41
1.1.7 Digitale Spaltung . . . . .	43
1.1.8 Grenzen des Wachstums. . . . .	49
1.2 E-Technology - Die Internetrevolution . . . . .	51
1.2.1 Die Entwicklung der Informationsverarbeitung . . . . .	52
1.2.2 Meilensteine der Internetentwicklung . . . . .	57
1.2.3 Internetstruktur. . . . .	62
1.2.4 Internetstatistiken. . . . .	67
1.3 E-Economy - Wandel der ökonomischen Prinzipien . . . . .	80
1.3.1 Von der Agrarwirtschaft zur E-Economy. . . . .	80
1.3.2 Old Economy und New Economy. . . . .	84
1.3.3 Electronic Commerce und Electronic Business . . . . .	98
<b>2 Prinzipien der Existenzgründung</b>	<b>105</b>
2.1 Was ist Entrepreneurship?. . . . .	105
2.1.1 Historie des Begriffs. . . . .	106
2.1.2 Zeitgenössische Definitionen. . . . .	107
2.1.3 Intrapreneurship versus Entrepreneurship. . . . .	110
2.2 Entrepreneurship Education . . . . .	113
2.2.1 Stand und Entwicklung . . . . .	113
2.2.2 Potenzial. . . . .	117
2.2.3 WWW-Netze. . . . .	121

2.3	Innovationsökonomie . . . . .	123
2.3.1	Entrepreneurship-Kultur und Marktwirtschaft . . .	124
2.3.2	Innovation - Treibstoff der Wirtschaft . . . . .	130
2.3.3	Entrepreneurship - Katalysator zwischen Wissenschaft und Wirtschaft . . . . .	134
2.3.4	Entrepreneurship in der ökonomischen Evolution . . . . .	138
2.3.5	Durch Fortschritt zu Lebensqualität? . . . . .	142
2.4	Goldene Regeln zur erfolgreichen Existenzgründung . . .	144
2.4.1	Die Zutaten zum Erfolg . . . . .	145
2.4.2	Die Fragen zur Selbsteinschätzung . . . . .	148
2.4.3	Die »Zehn D« für Entrepreneurure . . . . .	151
2.4.4	Die »Sieben W« der Gründungsplanung . . . . .	152
2.4.5	Die sieben Spielregeln für Existenzgründer . . . . .	153
2.4.6	Die sieben Schritte der Existenzgründung . . . . .	156
2.4.7	Die TIMS-Prinzipien des Businessplans . . . . .	156
2.4.8	Die »Zehn F« für Start-ups . . . . .	157
<b>3</b>	<b>Fallstudien zur Existenzgründung</b>	<b>159</b>
3.1	Die Zugpferde der E-Economy . . . . .	159
3.1.1	Apple - Vision des Userfriendly PC . . . . .	164
3.1.2	Microsoft - Marketing vor Innovation . . . . .	169
3.1.3	Cisco - unbekannter Riese der Netztechnologie ..	173
3.1.4	SAP - Mit ERP-Systemen am Puls der Kunden . . .	176
3.1.5	Ebay - Marktplatz für privaten Handel . . . . .	182
3.1.6	Amazon - vom Buchversand zum Online-Superstore . . . . .	184
3.1.7	Intershop - E-Commerce-Plattformen aus Jena ..	187
3.1.8	Pixelpark - Systemintegration als Konzept . . . . .	191
3.2	Zentren der Existenzgründung . . . . .	193
3.2.1	Silicon Valley - Wiege der New Economy . . . . .	194
3.2.2	Boston/Route 128 - Technologiekorridor der Ostküste . . . . .	206
3.2.3	Silicon Hills - Hightech-Metropole in Texas . . . . .	209
3.2.4	Silicon Alley - Medienmeile in New York City . . .	213
3.2.5	Silicon Fen/Cambridge - das europäische Gründervorbild . . . . .	214
3.2.6	Hsinchu - die Hightech-Metropole Taiwans . . . . .	215
3.2.7	Bangalore - der indische Software-Schrein . . . . .	216
3.2.8	Deutschland - Gründungsklima, Technologie- standorte und Strukturwandel . . . . .	218

<b>4</b>	<b>Ideen, Geschäftsmodelle und Zukunftsmärkte</b>	<b>227</b>
4.1	Trends und Prognosen für die E-Economy. . . . .	228
4.1.1	Start-up nach Dotcom-Pleiten?. . . . .	228
4.1.2	Innovationszyklen der E-Economy. . . . .	232
4.1.3	Dominierende Zukunftsthemen und Trends. . . . .	234
4.1.4	Vom E-Commerce zum M-Business. . . . .	237
4.2	Epoche des Wissens. . . . .	245
4.2.1	Anything - Anywhere - Anytime?. . . . .	245
4.2.2	Wettlauf um die Couch Potatoes. . . . .	253
4.2.3	Vertrauen im Interface. . . . .	256
4.2.4	Grenzen der Informationsverarbeitung. . . . .	262
4.2.5	Durch Information zu Wissen. . . . .	269
4.3	Ideenfindung und -bewertung. . . . .	278
4.3.1	Quelle der Ideen. . . . .	279
4.3.2	Ideenbewertung und Entscheidungsfindung. . . . .	283
4.3.3	Erfolgsbestimmende Faktoren im E-Business. . . . .	285
4.4	Strategie und Geschäftsmodell. . . . .	294
4.4.1	Abrechnungsmodelle. . . . .	296
4.4.2	Welches Geschäftsmodell wofür?. . . . .	306
4.4.3	Fokussieren des Geschäftsmodells - Marktsegmentierung im E-Business. . . . .	312
4.5	Typische Fallstricke bei Start-up-Ideen. . . . .	320
4.5.1	Unterschätzte Markteintrittsbarrieren. . . . .	321
4.5.2	Ungenügende strategische Analyse und Planung. . . . .	327
4.5.3	Unrealistische Beurteilung des Marktpotenzials. . . . .	333
4.5.4	Fehlende ganzheitliche Einordnung. . . . .	337
4.6	Exemplarische Zukunftsmärkte mit Gründungspotenzial. . . . .	340
4.6.1	Vertikale Marktsegmente. . . . .	340
4.6.2	Infrastruktur. . . . .	345
4.6.3	Anwendungen und Dienstleistungen. . . . .	349
<b>5</b>	<b>Von der Idee zum Unternehmen</b>	<b>351</b>
5.1	Team. . . . .	352
5.1.1	Zusammenstellung des Gründerteams. . . . .	353
5.1.2	Anteils- und Kompetenzverteilung im Team. . . . .	354
5.1.3	Personalführung und Unternehmensorganisation. . . . .	356

5.2	Businessplan . . . . .	358
5.2.1	Executive Summary . . . . .	360
5.2.2	Unternehmen und Team . . . . .	361
5.2.3	Geschäftsidee und Geschäftsmodell . . . . .	362
5.2.4	Markt- und Konkurrenzanalyse . . . . .	363
5.2.5	Marketing- und Vertriebsstrategie . . . . .	366
5.2.6	Finanzplanung . . . . .	368
5.2.7	Anhang . . . . .	369
5.2.8	Gestaltungshinweise . . . . .	369
5.2.9	Checklisten . . . . .	370
5.3	Finanzierung und Kapitalbeschaffung . . . . .	372
5.3.1	Eigenkapital oder Fremdkapital? . . . . .	374
5.3.2	Finanzierungsphasen . . . . .	383
5.3.3	Kapitalquellen . . . . .	384
5.3.4	Wagniskapital - Venture Capital . . . . .	388
5.3.5	Staatliche Förderprogramme . . . . .	395
5.3.6	Expansions- und Exit-Strategien . . . . .	399
5.4	Rechtliche und steuerliche Rahmenbedingungen . . . . .	403
5.4.1	Urheberrecht . . . . .	406
5.4.2	Patentrecht . . . . .	410
5.4.3	Steuerrecht . . . . .	412
5.5	Wahl der Rechtsform . . . . .	417
5.5.1	Entscheidungsmerkmale . . . . .	418
5.5.2	Freiberufliche Tätigkeit . . . . .	423
5.5.3	Einzelunternehmen . . . . .	424
5.5.4	Personengesellschaften . . . . .	425
5.5.5	Kapitalgesellschaften . . . . .	428
5.5.6	Steuerliche Merkmale . . . . .	433
5.5.7	Rechtlicher Lebenszyklus eines Start-up- Unternehmens . . . . .	435
5.5.8	Entscheidungshilfen zur Wahl der Rechtsform . . . . .	436
5.6	Unternehmens-IT . . . . .	438
5.6.1	Internettechnologien für Electronic Business . . . . .	439
5.6.2	Internetanbindung . . . . .	445
5.6.3	Systemanforderungen und Designimplikationen . . . . .	447
5.6.4	Perspektiven von Komponententechnologien . . . . .	450
5.7	Marketing . . . . .	454
5.7.1	Marketing im Wandel der Zeit . . . . .	455
5.7.2	Marketing für Hightechprodukte . . . . .	457
5.7.3	Online-Marketing und Website Promotion . . . . .	473

5.8	Unternehmensbewertung . . . . .	474
5.8.1	Grundlagen der Unternehmensbewertung . . . . .	476
5.8.2	Substanzorientierte Verfahren . . . . .	478
5.8.3	Ertragsorientierte Verfahren . . . . .	480
5.8.4	Vergleichswert- und Multiplikatorverfahren . . . . .	483
<b>6</b>	<b>»IT has only just begun...«</b>	<b>489</b>
<b>Literatur</b>		<b>493</b>
	Bücher zum Thema Existenzgründung . . . . .	493
	Sonstige Bücher . . . . .	496
	Studien und Artikel . . . . .	502
<b>Index</b>		<b>511</b>