

Lisa Zimmermann

Erfolgsfaktoren der Geschäftsmodelle junger Unternehmen

Verlag W. Kohlhammer

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	11
1.1	Problemstellung.....	11
1.2	Zielsetzung.....	13
1.3	Aufbau des Buchs.....	14
2	Geschäftsmodelle.....	15
2.1	Bedeutung und Definition von Geschäftsmodellen	15
2.1.1	Historische Entwicklung und aktuelle Bedeutung.....	15
2.1.2	Definitionsansätze.....	16
2.1.3	Arbeitsdefinition.....	18
2.2	Literaturauswahl zu Geschäftsmodellen	20
2.2.1	Theoretische Arbeiten.....	21
2.2.2	Empirische Arbeiten.....	25
2.3	Fehlende qualitative Forschung zu Geschäftsmodellen	30
3	Junge Unternehmen.....	33
3.1	Konzeptionelle Grundlagen	33
3.1.1	Begriffsverständnis Unternehmertum.....	33
3.1.2	Formen von Unternehmensgründungen.....	38
3.1.3	Phasen der Unternehmensentwicklung.....	42
3.2	Junge Unternehmen in der Literatur	44
3.2.1	Merkmale von Unternehmern.....	44
3.2.2	Merkmale junger Unternehmen.....	47
3.3	Forschungslücke Geschäftsmodelle junger Unternehmen	50
4	Charakteristika von Geschäftsmodellen junger Unternehmen.....	53
4.1	Elemente von Geschäftsmodellen	53
4.2	Konzeption der empirischen Untersuchung	61
4.3	Kurzporträt der Einzelfälle der Stichprobe	65
	Unternehmen A.....	66
	Unternehmen B.....	67
	Unternehmen C.....	67

	Unternehmen D.....	67
	Unternehmen E.....	68
	Unternehmen F.....	68
	Unternehmen G.....	68
4.4	Säulen der Ressourcenstruktur junger Unternehmen.....	69
4.4.1	Allgemeine Betrachtung.....	69
4.4.2	Kapital.....	71
4.4.3	Personal.....	73
4.4.4	Gründer und Branchenerfahrung.....	73
4.4.5	Einfluss der Ressourcenstruktur auf andere Elemente.....	75
4.5	Konfiguration und Erreichung der Wertschöpfung.....	76
4.5.1	Koordinierende Wertschöpfungskonfiguration als Idealtyp....	76
4.5.2	Kooperationen als Basis der Wertschöpfungserreichung.....	78
4.5.3	Langfristige Wertschöpfungspartner.....	80
4.6	Produkt-Markt-Kombination.....	80
4.6.1	Angebote im B2B-Markt.....	81
4.6.2	Produkte in einer frühen Phase des Produktlebenszyklus.....	82
4.7	Erlösmodell.....	83
4.7.1	Systematische Preisbildung.....	84
4.7.2	Mehrdimensionale Preisbildung.....	84
4.8	Wettbewerbsorientierung.....	86
4.8.1	Nischen - Domäne junger Unternehmen.....	86
4.8.2	Junge Leistungsführer.....	87
4.8.3	Anpassungsfähigkeit sichert Überleben.....	88
4.9	Unternehmenskultur und Organisation.....	89
4.9.1	Unternehmenskultur von Anfang an.....	90
4.9.2	Stimmigkeit marktliche Gelegenheit und Organisation.....	91
5	Ausprägung der Geschäftsmodelle junger Unternehmen.....	93
5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	94
5.2	Implikationen für die Praxis.....	95
	Ressourcenstruktur.....	95

Erreichung und Konfiguration der Wertschöpfung.....	96
Produkt-Markt-Kombination	96
Erlösmodell.....	97
Wettbewerbsorientierung.....	97
Unternehmenskultur und Organisation	97
Abhängigkeiten zwischen den Elementen	98
Literaturverzeichnis	99
Informationen zur Autorin.....	123