

---

Jörg Freiling • Tobias Kollmann (Hrsg.)

# Entrepreneurial Marketing

Besonderheiten, Aufgaben  
und Lösungsansätze für  
Gründungsunternehmen

2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage

 Springer Gabler

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I: Einleitung

*Jörg Freiling und Tobias Kollmann*

Besonderheiten und Ausgestaltungsmöglichkeiten..... 3

## Teil II: Entrepreneurial Marketing: Die Theoriezugänge

*Jörg Freiling*

Die theoretischen Grundlagen des Entrepreneurial Marketings..... 27

*Tobias Kollmann und Andreas Kuckertz*

Implikationen des Market-Based-View für das Entrepreneurial Marketing ..... 51

*Jörg Freiling*

Die ressourcenbasierte Sichtweise des Entrepreneurial Marketings ..... 67

## Teil III: Entrepreneurial Marketing: Die Zielgruppen

*Michael J. Fallgatter, Siegrun Brink und Franziska Stelzer*

Entrepreneurial Marketing und Organisationale Legitimation..... 87

*Christoph Müller, Christina Nahr-Ettl und Romy Möller*

Kundensegmentierung als Kernaufgabe ..... 103

*Ann-Kristin Achleitner, Peter Heister und Wolfgang Spiess-Knafl*

Kapitaleinwerbung aus Sicht eines Sozialunternehmens ..... 121

## Teil IV: Entrepreneurial Marketing: Die Gründungstypen

*Jörg Freiling*

Die Besonderheiten des Gründungsmarketings von Dienstleistungsunternehmen ..... 137

*Tobias Kollmann, Christina Suckow und Anika Peschl*

Die Besonderheiten des Gründungsmarketings für Internet-Unternehmen ..... 155

## Teil V: Entrepreneurial Marketing: Die Gründungsphasen

*Mario Geißler und Cornelia Zanger*

Opportunities und Opportunity Recognition als Aufgabe des Gründungsmarketings .. 179

*Martin G. Möhrle*

Ideenexploration und -bewertung im Rahmen der Gründungsplanung..... 199

<i>Bernd W. Wirtz und Marina Mermann</i>	
Entwicklung von Geschäftsmodellen.....	217
<i>Martin Gersch, Christian Goeke und Janina Sundermeier</i>	
Die Geschäftssystementwicklung in der Vormarktphase.....	243
<i>Peter Witt</i>	
Ideenformulierung in Businessplänen.....	263
<i>Klaus Backhaus</i>	
Geschäftstypenwahl im B2B-Bereich.....	277
<i>Jutta Emes und Marc Gruber</i>	
Die Ideenumsetzung im Rahmen von Markteintrittsstrategien.....	299
<i>Franz-Rudolf Esch, Alexander Fischer und Manuela Michel</i>	
Die Ideenumsetzung im Rahmen der Marktpositionierung .....	321
<i>Erich J. Schwarz, Ines Kräjerger und Rita Dummer</i>	
Prozesse der Geschäftsmodell- und Produktentwicklung in Gründungs- und Jung- unternehmen.....	339

## **Teil VI: Entrepreneurial Marketing: Die Handlungsebenen**

<i>Jost Adler und Andreas Klein</i>	
Marktforschung als Aufgabe für Gründungsunternehmen.....	361
<i>Carsten Baumgarth</i>	
Marktsegmentierung für Gründungsunternehmen (Entrepreneurial Segmenting).....	393
<i>Eva-Maria Schobert, Xenia-Isabel Poppe und Harald Pechlaner</i>	
Soziales Kapital und Netzwerke als Kompetenz des Gründungsunternehmens .....	407
<i>Michael Ehret</i>	
Entrepreneurial Customer Relationship Management .....	433
<i>Frank Jacob und Jane S. Oguachuba</i>	
Transaktionsbezogenes Marketing für Gründungsunternehmen.....	449

## **Teil VII: Entrepreneurial Marketing Assets**

<i>Christoph Burmann, Rico Piehler, Michael Schade und Corinna S. Beckmann</i>	
Identität und Marke im Entrepreneurial Marketing .....	473
<i>Michael Bernecker</i>	
Social Media Marketing als Asset für Existenzgründer.....	501
<i>Jens Pöppelbuß und Michael Bur am Orde</i>	
Market Intelligence für E-Commerce-Gründungsunternehmen.....	517

**Teil VIII: Entrepreneurial Marketing: Die Instrumente**

<i>Manfred Bruhn</i> Kommunikationspolitik für Gründungsunternehmen .....	543
<i>Günter Specht</i> Vertrieb in Gründungsunternehmen.....	569
<i>Martin Reckenfelderbäumer</i> Die Preis- und Kontrahierungspolitik für Gründungsunternehmen - Entrepreneurial Contracting.....	593

**Teil IX: Ausblick**

<i>Jörg Freiling und Tobias Kollmann</i> Thesen zur Entwicklung des Entrepreneurial Marketings in Wissenschaft und Praxis	617
--	-----