

Inhaltsverzeichnis

Zum Inhalt.....	5
Abbildungsverzeichnis.....	9
Arbeitsblätterverzeichnis	11
1. Einführung: Der Weg von der Geschäftsidee zum innovativen Wachstumsunternehmen	13
1.1. Entwicklungsphasen innovativer Wachstumsunternehmen.....	13
1.2. Merkmale junger, innovativer Unternehmen	14
1.3. Markt- und Kundenorientierung als Erfolgsfaktoren.....	16
1.3.1. Identifikation von Kundenbedürfnissen.....	18
1.3.2. Generieren von Kundennutzen.....	20
2. Von der Geschäftsidee zum überzeugenden Businessplan – Abschnitt A	22
2.1. Grobprüfung der Geschäftsidee	24
Fallstudie: Elegant Events.....	32
2.2. Analyse des marktlichen und technischen Potenzials.....	33
2.2.1. Beurteilung der Marktattraktivität.....	34
2.2.2. Beurteilung der Attraktivität von Technologien	56
2.2.3. Beschaffung von markt- und technologierelevanter Information	59
Fallstudie: Die Musikindustrie.....	62
2.3. Ausarbeitung des Geschäftsmodells	63
2.3.1. Das Nutzenversprechen.....	66
2.3.2. Die Wertschöpfungsarchitektur	80
2.3.3. Die Kundenschnittstelle	87
2.3.4. Die Ertragsmechanik.....	92
Fallstudie New Solar Pump.....	100
2.4. Entwicklung des Businessplans	102
2.4.1. Der Businessplan als Informations- und Kommunikationsinstrument.....	103
2.4.2. Unternehmensbeschreibung.....	106
2.4.3. Beschreibung des Produktes bzw. der Dienstleistung.....	108
2.4.4. Marktanalyse und Marketing	111
2.4.5. Leistungserstellung und F&E-Aktivitäten	115
2.4.6. Management, Organisation und Personal	117
2.4.7. Risikoanalyse	121
2.4.8. Zeitplan	123
2.4.9. Finanzplanung.....	124
2.4.10. Executive Summary	138
2.4.11. Anhang des Businessplans	140
Fallstudie: ilogs, mobile software GmbH	142
3. Vom Gründungsunternehmen zum innovativen Wachstumsunternehmen – Abschnitt B.....	143
3.1. Bedeutung von Innovationen für junge Wachstumsunternehmen	144
3.2. Stärken und Schwächen junger, kleiner Unternehmen im Innovationswettbewerb	146
3.3. Innovation und Innovationsmanagement	148

3.4. Methoden des Innovationsmanagements	154
3.4.1. Moderation und Moderationstechniken	155
3.4.2. Methoden der Problemanalyse	160
3.4.3. Methoden der Zielbildung	168
3.4.4. Methoden der Alternativenfindung	171
3.4.5. Methoden zur Bewertung und Entscheidung	186
Fallstudie „Flotte Lotte GmbH“	201
4. Innovations- und marktbezogene Herausforderungen von innovativen Gründungs- und Wachstumsunternehmen – Abschnitt C	203
4.1. Integration von Kunden in die Produktentwicklung	203
4.1.1. Einholen von Wissen über die Kunden	203
4.1.2. Prototypentests mit ausgewählten Kunden	204
4.1.3. Auswertung von Beschwerden und Kundenanregungen	210
4.1.4. Nutzen von kundenbezogenem Wissen der Mitarbeiter	211
4.1.5. Zusammenarbeit mit Kunden sowie potenziellen Nutzern	213
4.2. Markteinführung neuer Produkte	216
4.3. Gründungs- und Wachstumsfinanzierung	222
4.3.1. Finanzierung als Herausforderung	222
4.3.2. Finanzierungsformen im Überblick	223
4.3.3. Externe Gründungs- und Wachstumsfinanzierung	227
5. Anhang	231
5.1. Informationsquellen zur Markt- und Technologieanalyse	231
5.2. Informationsquellen zu Innovationsmanagement	234
5.3. Die Branchenstrukturanalyse – Langversion	236
5.4. Musterbeispiel Kundenorientierung	241
5.5. Auflösung des Kurzcheck – individuelle Ansatzpunkte zur Optimierung des Innovationsmanagements	241
5.6. Checklisten zur Ideen- und Produktbewertung	243
5.7. Businessplan: ilogs, mobile software GmbH	247
6. Literaturverzeichnis	265
7. Stichwortverzeichnis	273