

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XVII
1. Einleitung	1
1.1 Einführung	1
1.2 Problemstellung	3
1.3 Gang der Untersuchung	5
2. Konzeption des Konstrukts „Businessplan“	7
3. Empirische Forschungsarbeiten zur Bedeutung von Businessplänen	11
3.1 Überblick	11
3.2 Studie „Zur Bewertung innovativer Unternehmensgründungen im institutionellen Zusammenhang“	14
3.3 Studie „Erfolgsstrategien deutscher Venture Capital-Gesellschaften“	16
3.4 Studie: „Charakteristika erfolgreicher Businesspläne“	20
3.5 Einordnung der vorliegenden Arbeit	23
4. Bezugsrahmen eines Messkonzepts für die formale Qualität von Businessplänen	25
4.1 Geschäftskonzepte als Objekte von Businessplänen	25
4.2 Qualität eines Businessplans als Gegenstand der Messung	28
4.3 Erfolg eines Geschäftskonzepts als Messzweck	31
5. Entwicklung eines Messkonzepts zur Bestimmung der formalen Qualität eines Businessplans	35
5.1 Festlegung einer Formalstruktur als Basis	35
5.2 Beschreibung, Abbildung und Messung der Elemente	46
5.2.1 Das Produkt	46
5.2.2 Der Markt	50
5.2.3 Der Wettbewerb	54
5.2.4 Das Marketing	57
5.2.5 Die Wertschöpfungskette	60
5.2.6 Die Organisation	64
5.2.7 Das Unternehmerteam	68
5.2.8 Der Realisierungsfahrplan	72
5.2.9 Die Unsicherheiten	76
5.2.10 Die Finanzplanung	79

5.3	Zusammenfassung.....	84
6.	Analyse der Messergebnisse zur formalen Qualität der Businesspläne in der untersuchten Stichprobe.....	89
6.1	Eigenschaften der untersuchten Stichprobe.....	89
6.2	Methode	90
6.3	Analyse der Ergebnisse in den Elementen.....	92
6.3.1	Das Produkt.....	92
6.3.2	Der Markt.....	94
6.3.3	Der Wettbewerb.....	96
6.3.4	Das Marketing	98
6.3.5	Die Wertschöpfungskette	101
6.3.6	Die Organisation.....	103
6.3.7	Das Unternehmerteam	104
6.3.8	Der Realisierungsfahrplan	106
6.3.9	Die Unsicherheiten	109
6.3.10	Die Finanzplanung.....	111
6.4	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	112
7.	Einfache Zusammenhangsanalyse zwischen der formalen Qualität eines Businessplans und dem Markterfolg des Geschäftskonzepts	115
7.1	Methoden	115
7.2	Analyse der Zusammenhänge in den Elementen.....	118
7.2.1	Das Produkt.....	118
7.2.2	Der Markt.....	122
7.2.3	Der Wettbewerb.....	125
7.2.4	Das Marketing	127
7.2.5	Die Wertschöpfungskette	131
7.2.6	Die Organisation.....	133
7.2.7	Das Unternehmerteam	136
7.2.8	Der Realisierungsfahrplan	138
7.2.9	Die Unsicherheiten	142
7.2.10	Die Finanzplanung.....	145
7.3	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	147
8.	Multivariate Zusammenhangsanalyse zur Unterscheidung zwischen am Markt erfolgreichen und nicht erfolgreichen Geschäftskonzepten anhand der formalen Qualität des Businessplans.....	153
8.1	Methoden	153
8.2	Ergebnisse	156
9.	Zusammenfassung der Ergebnisse, kritische Würdigung und Ausblick ...	173
	Literaturverzeichnis	179