

Gründungsmanagement

Vom erfolgreichen Unternehmensstart zu dauerhaftem Wachstum

Bearbeitet von
Michael Dowling, Hans J Drumm

Neuausgabe 2003. Buch. xv, 408 S. Hardcover

ISBN 978 3 540 44279 0

Format (B x L): 0 x 0 cm

Gewicht: 801 g

[Wirtschaft > Wirtschaftswissenschaften: Allgemeines > Literatur für Manager](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhaltsverzeichnis

1.	Grundprobleme, Ziele und Vorgehensweise von Gründungsmanagement und Entrepreneurship.....	1
	Hans Jürgen Drumm und Michael Dowling	
1.1.	Grundprobleme.....	2
1.2.	Ziele	4
1.3.	Vorgehensweise und Leseempfehlung.....	5
1.4.	Verwendete und weiterführende Literatur	7
2.	Grundlagen und Prozess der Gründung	9
	Michael Dowling	
2.1.	Überblick.....	10
2.2.	Wichtigkeit des Themas	10
2.3.	Der Begriff Entrepreneurship/Gründungsmanagement.....	13
2.4.	Der Gründungsprozess.....	15
2.4.1.	Prozessmodelle.....	15
2.4.2.	Die Evaluierung der „Opportunity“	16
2.4.3.	Die Entwicklung des Businesskonzepts	16
2.4.4.	Die Akquirierung der Ressourcen	16
2.4.5.	Das Management des Geschäfts.....	17
2.4.6.	Die Abschöpfung des Mehrwerts	17
2.5.	Zusammenfassung	17
2.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	17
3.	Erfolgs- und Risikofaktoren bei Neugründungen.....	19
	Michael Dowling	
3.1.	Überblick.....	20
3.2.	Gründungspotenzial	20
3.3.	Erfolgsfaktoren: Forschung in den USA	23
3.4.	Erfolgsfaktoren: Forschung in Deutschland.....	26
3.5.	Risikofaktoren bei Neugründungen	27
3.6.	Zusammenfassung	30
3.7.	Verwendete und weiterführende Literatur	31
4.	Rechtsformwahl	33
	Dirk E. Meyer-Scharenberg	
4.1.	Überblick.....	34
4.2.	Rechtsformen	34
4.3.	Kriterien für die Wahl der Rechtsform.....	36
4.3.1.	Die Kriterien im Überblick.....	36
4.3.2.	Haftung	36
4.3.3.	Mindestkapital	36
4.3.4.	Prüfungspflicht.....	37

4.3.5.	Offenlegungspflicht	38
4.3.6.	Rechtsformspezifische Kosten	39
4.3.7.	Mitbestimmung	39
4.3.8.	Finanzierungsmöglichkeiten	40
4.3.9.	Leitungsbefugnis	41
4.4.	Ablauf einer GmbH-Gründung	42
4.5.	Steuerliche Überlegungen zur Rechtsformwahl	44
4.5.1.	Steuerliche Argumente für ein Personenunternehmen	44
4.5.1.1.	Bessere Verlustverrechnung	44
4.5.1.2.	Gewerbesteuerliche Vorteile	44
4.5.2.	Argumente für die Kapitalgesellschaft	46
4.5.3.	Belastungsvergleich	46
4.6.	Änderung der Rechtsform	47
4.7.	Optimierung der Rechtsformwahl im Hinblick auf den Unternehmensverkauf	47
4.8.	Zusammenfassung	50
4.9.	Verwendete und weiterführende Literatur	51
5.	Rechtliche Aspekte der Unternehmensgründung	53
	Christian Kirnberger	
5.1.	Überblick	54
5.2.	Einführung	54
5.2.1.	Regelungsbedürftige Rechtsverhältnisse	54
5.2.2.	Verträge als Prävention von Konflikten und Ergänzung der gesetzlichen Regelungen	56
5.3.	Das Rechtsverhältnis der Gründer vor der Unternehmensgründung ..	57
5.4.	Das Unternehmen als Rechtsbegriff	57
5.4.1.	Zivilrechtlicher Unternehmensbegriff	57
5.4.1.1.	Handels- und Gesellschaftsrecht	57
5.4.1.2.	Arbeitsrecht	58
5.4.1.3.	Sonstiges Zivilrecht	58
5.4.2.	Öffentlich-rechtlicher Unternehmensbegriff	59
5.4.2.1.	Steuerrecht	59
5.4.2.2.	Gewerberecht	60
5.4.2.3.	Umweltrecht	60
5.5.	Die wichtigsten privatrechtlichen Unternehmensformen	60
5.5.1.	Personengesellschaften	61
5.5.1.1.	Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR)	61
5.5.1.2.	Offene Handelsgesellschaft (oHG)	62
5.5.1.3.	Kommanditgesellschaft (KG)	62
5.5.1.4.	Stille Gesellschaft	63
5.5.1.5.	Partnerschaftsgesellschaft (PartG)	63
5.5.2.	Kapitalgesellschaften und andere juristische Personen	63
5.5.2.1.	Vorgesellschaft	64
5.5.2.2.	Aktiengesellschaft	64
5.5.2.3.	Kommanditgesellschaft auf Aktien	65

5.5.2.4.	Gesellschaft mit beschränkter Haftung	65
5.5.2.5.	Sonstige	65
5.5.3.	Hybride Gesellschaftsformen.....	66
5.5.3.1.	Kapitalgesellschaft & Co. KG	66
5.5.3.2.	Kapitalgesellschaft & Co. KGaA	66
5.5.4.	Richtige Rechtsformwahl.....	66
5.5.5.	Rechtsformwechsel.....	67
5.6.	Das Verhältnis des Unternehmens zu Dritten.....	67
5.6.1.	Kapitalgeber.....	67
5.6.2.	Arbeitnehmer.....	68
5.6.3.	Lieferanten	69
5.6.4.	Kunden und Markt	69
5.6.4.1.	Kunden.....	69
5.6.4.2.	Gewährleistung und Produkthaftung.....	70
5.7.	Zusammenfassung und Ausblick – Unternehmensbeobachtungspflicht.....	70
5.8.	Verwendete und weiterführende Literatur	72
6.	Marktexploration, Marketingstrategie und Preisfindung.....	73
	Heribert Gierl und Roland Helm	
6.1.	Überblick.....	74
6.2.	Der Aufbau eines Marketingplans	74
6.3.	Der Analyserahmen der Marktexploration.....	76
6.3.1.	Vorabüberlegungen	76
6.3.2.	Bedürfnisorientierung, Segmentierung und Marktabgrenzung.....	78
6.3.3.	Konkurrenzforschung	79
6.4.	Maßnahmen der Leistungsgestaltung.....	81
6.4.1.	Angebotsgestaltung.....	81
6.4.2.	Möglichkeiten der Preisfindung	83
6.5.	Maßnahmen der Leistungsvermittlung	87
6.5.1.	Distributionspolitische Aspekte.....	87
6.5.2.	Kommunikationspolitische Aspekte	88
6.6.	Zusammenfassung.....	89
6.7.	Verwendete und weiterführende Literatur	89
7.	Finanzierung junger Unternehmen.....	91
	Jochen Drukarczyk	
7.1.	Überblick.....	92
7.2.	Definitionen und Fragestellungen	92
7.3.	Finanzierungsquellen	94
7.4.	Ertragspotentiale, Beleihungspotentiale und Generierung finanzieller Mittel im Wege der Außenfinanzierung.....	95
7.5.	Zustandsunabhängige (unbedingte) Zahlungsansprüche	97
7.6.	Zustandsabhängige (bedingte) Zahlungsansprüche	98
7.7.	Zusammenfassung	99
7.8.	Verwendete und weiterführende Literatur	99

8.	Clarion Optical Co.	101
	Howard Stevenson, Michael J. Roberts	
8.1.	Überblick.....	102
8.2.	Der Verkauf von Clarion	102
8.3.	Bewertung der Aktiva.....	103
8.4.	Finanzierung des Kaufs.....	104
8.5.	Finanzierungsvorschlag von Lawrence.....	105
8.6.	Finanzierungsvorschlag von Adam	106
8.7.	Die Entscheidung	106
9.	Venture Capital	
	Förderprogramme und Business Angels.....	117
	Waldemar Jantz	
9.1.	Überblick.....	118
9.2.	Die Entwicklung der Venture Capital Branche	118
9.3.	Die verschiedenen Investitionsphasen.....	120
9.4.	Wie investiert ein Venture Capitalist?	122
9.5.	Due Diligence und Deal Flow.....	126
9.6.	Letter of Intent (LOI) und Beteiligungsverträge	128
9.7.	Die Begleitung oder das Coaching	129
9.8.	Funktionsweise eines Venture Capital Fonds?.....	130
9.9.	Der Venture Capital Markt.....	132
9.10.	Zusammenfassung	134
10.	Förderprogramme.....	135
	Roman Huber	
10.1.	Überblick.....	136
10.2.	Grundregeln für öffentliche Finanzierungshilfen.....	136
10.2.1.	Unternehmensbezogene Regelungen	136
10.2.2.	Projektbezogene Regelungen	137
10.3.	Förderarten und spezifische Voraussetzungen	138
10.3.1.	Vielfältiges Förderangebot.....	138
10.3.2.	Zuschüsse.....	139
10.3.3.	Darlehen.....	140
10.3.4.	Beteiligungskapital	142
10.4.	Betriebswirtschaftliche Anforderungen	143
10.5.	Zusammenfassung	145
10.6.	Verwendete und weiterführende Informationen	146
11.	Risikomanagement für Gründer.....	147
	Otto A. Altenburger	
11.1.	Überblick.....	148
11.2.	Bedeutung der Problemstellung und Stand der Diskussion.....	148
11.3.	Risikomanagement - ein Überblick.....	149
11.3.1.	Begriff.....	149
11.3.2.	Vorgehensweise.....	151
11.3.3.	Risikoanalyse.....	151

11.3.4.	Risikogestaltung	154
11.4.	Risikomanagement-Empfehlungen für Gründer.....	155
11.4.1.	Inwieweit lassen sich Empfehlungen geben?	155
11.4.2.	Grundlegende Empfehlungen für den Umgang mit Risiken	155
11.4.3.	Empfehlungen für den Abschluss von Versicherungen im Rahmen einer Gründung	158
11.4.4.	Empfehlungen für den Umgang mit Risiko- und Versicherungsberatern.....	160
11.5.	Zusammenfassung und Schlussbemerkungen	160
11.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	161
12.	Rechnungslegung und Prüfung bei Gründung	163
	Gerhard Scherrer	
12.1.	Überblick.....	164
12.2.	Gründung von Einzelunternehmen	164
12.2.1.	Rechtsgrundlagen.....	164
12.2.1.1.	Aufstellungspflicht.....	164
12.2.1.2.	Aufstellungsstichtag, Aufstellungsfrist	164
12.2.1.3.	Sanktionen	165
12.2.2.	Zwecke der Eröffnungsbilanz.....	166
12.2.3.	Rechnungslegungsvorschriften	166
12.2.3.1.	Inventar und Inventur	166
12.2.3.2.	Ansatz von Vermögensgegenständen, Schulden, Eigenkapital	167
12.2.3.3.	Gliederung der Eröffnungsbilanz	169
12.2.3.4.	Bewertung der Vermögensgegenstände.....	170
12.2.3.5.	Gründungsspezifische Aufwendungen.....	171
12.2.4.	Feststellung, Offenlegung, Aufbewahrung.....	172
12.3.	Gründung von Personengesellschaften	172
12.3.1.	Rechtsgrundlagen.....	172
12.3.1.1.	Aufstellungspflicht.....	172
12.3.1.2.	Aufstellungsstichtag, Aufstellungsfrist	173
12.3.1.3.	Anlässe der Aufstellung.....	174
12.3.1.4.	Sanktionen	174
12.3.2.	Zwecke der Eröffnungsbilanz.....	175
12.3.3.	Kapitalaufbringung	175
12.3.4.	Rechnungslegungsvorschriften	176
12.3.4.1.	Ansatz von Vermögensgegenständen	176
12.3.4.2.	Gliederung, Eigenkapitalausweis	176
12.3.4.3.	Bewertung von Einlagen.....	177
12.3.5.	Feststellung, Offenlegung, Aufbewahrung.....	178
12.4.	Gründung von Kapitalgesellschaften	178
12.4.1.	Rechtsgrundlagen.....	178
12.4.1.1.	Aufstellungspflicht.....	178
12.4.1.2.	Aufstellungsstichtag, Aufstellungsfrist	179
12.4.1.3.	Kapitalaufbringung	179
12.4.1.4.	Gründungsprüfung	180
12.4.2.	Zweck der Eröffnungsbilanz.....	180

12.4.3.	Rechnungslegungsvorschriften	181
12.4.3.1.	Ansatzpflichten, Ansatzwahlrechte	181
12.4.3.2.	Gliederung der Eröffnungsbilanz	181
12.4.3.3.	Bewertung der Vermögensgegenstände und Schulden	182
12.4.4.	Feststellung, Offenlegung, Aufbewahrung	183
12.5.	Zusammenfassung	183
12.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	184
13.	Steuerliche Grundlagen für Neugründungen	185
	Dirk E. Meyer-Scharenberg	
13.1.	Überblick	186
13.2.	Einkommensteuer	186
13.2.1.	Einführung	186
13.2.2.	Eröffnungsbilanz	187
13.2.3.	Gewinnermittlungsmethode	189
13.2.3.1.	Einnahmen-Ausgaben-Rechnung	189
13.2.3.2.	Bilanzielle Gewinnermittlung	190
13.2.4.	Wirtschaftsjahr	191
13.3.	Gewerbesteuer	192
13.4.	Umsatzsteuer	193
13.4.1.	Überblick	193
13.4.2.	Erhebungsverfahren	194
13.4.3.	Vorsteuerabzug	195
13.5.	Lohnsteuer	196
13.6.	Körperschaftsteuer	196
13.7.	Investitionszulagen	198
13.8.	Erbschaftsteuer	198
13.9.	Zusammenfassung	199
13.10.	Verwendete und weiterführende Literatur	199
14.	Organisation für Gründer	201
	Hans Jürgen Drumm	
14.1.	Überblick	202
14.2.	Grundprobleme der Organisation	202
14.3.	Verteilung von Entscheidungskompetenzen	203
14.4.	Stellenbildung	205
14.5.	Stellenzuweisung und Personaleinsatz	206
14.6.	Teammanagement	207
14.7.	Abteilungs- und Unternehmungsgliederung	209
14.8.	Leitungssysteme	210
14.9.	Informations- und Kommunikationssystem	213
14.10.	Organisationskultur	215
14.11.	Organisationsentwicklung	215
14.12.	Zusammenfassung	217
14.13.	Verwendete und weiterführende Literatur	217

15.	Personalwirtschaft für Gründer	219
	Hans Jürgen Drumm	
15.1.	Überblick.....	220
15.2.	Grundlagen der Personalwirtschaft.....	220
15.3.	Planung des qualitativen und quantitativen Personalbedarfs.....	222
15.4.	Personalbeschaffung.....	223
15.5.	Bewerberauswahl	225
15.6.	Arbeitsvertrag und Einarbeitung des Bewerbers.....	226
15.7.	Vergütung, Erfolgs- und Vermögensbeteiligung.....	227
15.8.	Motivation und Führung.....	229
15.9.	Arbeitszeitmanagement.....	231
15.10.	Weiterbildung und Personalentwicklung	232
15.11.	Unternehmungskultur und Unternehmungsidentität als personalwirtschaftliche Probleme.....	233
15.12.	Betriebsrat.....	234
15.13.	Personalabteilung.....	235
15.14.	Zusammenfassung.....	235
15.15.	Verwendete und weiterführende Literatur	236
16.	Businesspläne	239
	Michael Dowling	
16.1.	Überblick.....	240
16.2.	Zweck des Businessplans.....	240
16.3.	Kriterien für einen guten Businessplan.....	241
16.4.	Inhalt eines Businessplans	242
16.5.	Aktivitäten nach dem Businessplan.....	244
16.6.	Forschung im Hinblick auf Businesspläne	245
16.7.	Zusammenfassung und Empfehlungen für Gründer	246
16.8.	Verwendete und weiterführende Literatur	246
17.	Internes Rechnungswesen bei jungen Unternehmen.....	247
	Gerhard Scherer	
17.1.	Überblick.....	248
17.2.	Grundlagen	248
17.2.1.	Begriff, Adressaten und Zwecke des internen Rechnungswesens	248
17.2.2.	Elemente und Ausgestaltungen des internen Rechnungswesens	249
17.3.	Interne Liquiditäts- und Erfolgsplanungsrechnung.....	251
17.3.1.	Dominanz der Finanz- und Liquiditätsplanung bei jungen Unternehmen.....	251
17.3.2.	Erfolgsplanung	251
17.3.2.1.	Plan-Gewinn- und Verlustrechnung als interne Erfolgsplanungsrechnung	252
17.3.2.2.	Plankosten- und Planleistungsrechnung als interne Erfolgsplanungsrechnung	253
17.4.	Interne Liquiditäts- und Erfolgskontrollrechnung.....	254

17.4.1.	Finanz- und Liquiditätskontrolle als laufender Vorgang	254
17.4.2.	Erfolgskontrolle	255
17.4.2.1.	Gewinn- und Verlustrechnung als interne Erfolgskontrollrechnung	255
17.4.2.2.	Betriebsergebnisrechnung als interne Erfolgskontrollrechnung	257
17.5.	Zusammenfassung	259
17.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	259
18.	Patent- und Markenstrategie für Unternehmensgründer.....	261
	Josef Beck	
18.1.	Überblick	263
18.2.	Patente – Wirkungen und Einsatz	263
18.2.1.	Instrument des Wettbewerbs	263
18.2.2.	Verbietungsrecht/Nutzungsrecht	264
18.2.3.	Patentanmeldung	264
18.2.4.	Erfordernisse für eine Patenterteilung	265
18.2.5.	Prüfungsverfahren	266
18.2.6.	Einspruch	266
18.2.7.	Nichtigkeit	267
18.2.8.	Priorität	267
18.2.9.	Rechte aus dem Patent	268
18.2.10.	Verfügungen über das Patent	268
18.2.11.	Beratung und Kosten	268
18.3.	Finanzierung	269
18.3.1.	Fördermöglichkeit	269
18.3.2.	Kostengünstige Patentanmeldung	269
18.3.3.	Verfahrenskostenhilfe	270
18.3.4.	Stundung	270
18.3.5.	Ermäßigung der Jahresgebühren	271
18.4.	Wertschöpfung durch Erfindungen	271
18.4.1.	Arbeitnehmererfindergesetz	271
18.4.2.	Verwertung von Erfindungen	271
18.4.2.1.	Veröffentlichen	272
18.4.2.2.	Betriebsgeheimnis	272
18.4.2.3.	Anmelden	272
18.4.3.	Patentanmeldestrategie	273
18.4.3.1.	Patentanmeldung ohne Prüfungsantrag	273
18.4.3.2.	Patentanmeldung mit Prüfungsantrag	274
18.4.3.3.	Patentanmeldung mit Recherchenantrag	274
18.4.3.4.	Gebrauchsmuster	274
18.5.	Patentstrategie	275
18.5.1.	Grundlagen	275
18.5.2.	Umfeld	275
18.5.3.	Wert eines Patents	276
18.5.4.	Steuerung der Patentstrategie	278
18.5.5.	Patentanmeldung im Ausland	279

18.5.6.	Steuerung der Erfindungen	280
18.6.	Patente von Wettbewerbern.....	281
18.6.1.	Überwachung und Bewertung von Wettbewerberpatenten.....	281
18.6.2.	Entwertung eines Grundsatzpatentes	281
18.6.3.	Geringe Erfindungshöhe	282
18.6.4.	Eintritt in abgeschottete Märkte	282
18.7.	Markenstrategie für Unternehmensgründer	282
18.8.	Kennzeichen als Instrumente des Wettbewerbs.....	283
18.9.	Kennzeichenrechte	283
18.10.	Anmeldung einer Marke.....	284
18.11.	Markenanmeldung im Ausland	286
18.12.	Rechte aus Kennzeichen.....	286
18.13.	Domainnamen.....	288
18.14.	Rechtsmittel gegen Kennzeichenrechte/Domainnamen.....	288
18.15.	Zusammenfassung	289
18.16	Weiterführende Literatur und Internetadressen	290
19.	Standortwahl und Netzwerke von Unternehmensgründern.....	291
	Jürgen Schmude	
19.1.	Überblick.....	291
19.2.	Zur Standortwahl von Unternehmensgründern	292
19.2.1.	Regionalwissenschaftliche Aspekte der Standortwahl	292
19.2.2.	Empirische Befunde zur Standortentscheidung von Unternehmensgründern.....	295
19.3.	Netzwerke bei Unternehmensgründungen.....	298
19.3.1.	Theoretische Vorüberlegungen.....	298
19.3.2.	Empirische Befunde zu Netzwerken bei Unternehmensgründern	299
19.4.	Zusammenfassung	303
19.5.	Verwendete und weiterführende Literatur	303
20.	Unternehmensnetzwerke: Wachstumsfaktor für Gründer.....	305
	Christian Lechner	
20.1.	Überblick.....	306
20.2.	Das Strategieproblem: Die industrielle Großunternehmung als Modell für die klassische Betriebswirtschaftslehre	306
20.3.	Netzwerke für Neugründungen	307
20.3.1.	Wachstumsprobleme für Neugründungen	307
20.3.2.	Netzwerke als Wachstumsalternative für Neugründungen.....	307
20.3.3.	Gelegenheiten durch strukturelle Löcher	308
20.4.	Wachsen durch Firmennetzwerke: Implikationen aus Münchens IT-Cluster.....	309
20.4.1.	Die Vorteile von Netzwerken für Gründer.....	309
20.4.2.	Soziale Netzwerke.....	311
20.4.3.	Reputationsnetzwerke	312
20.4.4.	Marketingnetzwerke	312
20.4.5.	Reziprozitätsnetzwerke	313

20.4.6.	Wissensnetzwerke	314
20.5.	Zusammenfassung	315
20.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	315
21.	Der Gang an die Börse	317
	Philipp Graf von und zu Lerchenfeld und Gertraud Dirscherl	
21.1.	Überblick.....	318
21.2.	Vor- und Nachteile eines Börsengangs.....	318
21.3.	Voraussetzungen für den Börsengang	321
21.4.	Typische Problembereiche beim Börsengang	322
21.4.1.	Eigenkapital	322
21.4.2.	Kosten des Börsengangs	323
21.4.3.	Emissionszeitpunkt.....	323
21.4.4.	Börsentreife.....	324
21.5.	Gesellschafts- und steuerrechtliche Aspekte	325
21.5.1.	Gesetzliche Grundlagen.....	325
21.5.2.	Die Gründung der Aktiengesellschaft.....	326
21.5.3.	Steuerliche Aspekte.....	326
21.6.	Der Börsengang als Prozess für das Unternehmen.....	327
21.6.1.	Die Struktur des Prozesses	327
21.6.2.	Analysephase	328
21.6.3.	Unternehmensbewertung und Schätzung des Emissionspreises	330
21.6.4.	Erstellung des Informationsmemorandums und Auswahl der Banken.....	332
21.6.5.	Erarbeitung des Emissionskonzepts	332
21.6.6.	Due Diligence.....	333
21.6.7.	Der Emissionsprospekt.....	333
21.6.8.	Platzierung und Marktpflege	334
21.6.9.	Folgepflichten für das Unternehmen	335
21.7.	Zusammenfassung	336
21.8.	Verwendete und weiterführende Literatur	337
22.	Internationalisierungsstrategien für Neugründungen und junge Unternehmungen.....	339
	Reinhard Meckl	
22.1.	Überblick.....	340
22.2.	Problemstellung und Ziel.....	340
22.3.	Internationalisierungsmotive sowie Rahmenbedingungen von Neugründungen und jungen Unternehmungen.....	341
22.3.1.	Chancen und Risiken einer Internationalisierung.....	341
22.3.2.	New Economy versus Old Economy	342
22.4.	Sinnhaftigkeit der Internationalisierung von jungen Unternehmungen	347
22.5.	Internationalisierungsstrategien für junge Unternehmungen.....	348
22.5.1.	Typisierung und Zuordnung von Internationalisierungsstrategien.....	348

22.5.2.	Die Kick-Down-Strategie	349
22.5.3.	Die Stufenstrategie.....	351
22.6.	Fallstudien zu Internationalisierungsstrategien von jungen Unternehmungen	352
22.6.1.	Intershop AG	352
22.6.2.	Analytik Jena AG	355
22.7.	Zusammenfassung	357
22.8.	Verwendete und weiterführende Literatur	358
23.	Wachstumsstrategien für Neugründungen und Wachstumsfehler	359
	Michael Dowling und Hans Jürgen Drumm	
23.1.	Überblick.....	360
23.2.	Wachstum von Neugründungen als Problem	360
23.2.1.	Definition und Statistiken.....	360
23.2.2.	Wachstumsmodelle.....	361
23.3.	Wachstumsstrategien	363
23.3.1.	Wachstumsmöglichkeiten durch Branchentransformation.....	363
23.3.2.	Wachstum durch Aufkauf von anderen Unternehmungen.....	364
23.3.3.	Wachstum durch Kooperationen	365
23.3.4.	Wachstumsstopp durch Verkauf	366
23.3.5.	Wachstum durch Innovation.....	366
23.4.	Wachstumsfehler.....	367
23.4.1.	Managementfehler	367
23.4.2.	Inkompatibilität von Wachstumsstrategien und Organisationsstruktur	368
23.4.3.	Mangelhafte oder falsche Marketing-, Kooperations- und Finanzierungs- sowie Personalstrategien	369
23.4.4.	Mangelhafte oder falsche interne Rechnungslegung	371
23.4.5.	Abhängigkeit von Dritten.....	372
23.4.6.	Akkulturationsfehler beim Kauf von Unternehmungen	373
23.5.	Zusammenfassung	374
23.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	374
24.	Verzeichnis der Autoren	377
25.	Sachverzeichnis.....	381
26.	Abkürzungsverzeichnis	405
27.	Danksagung.....	407