

Willibald Späth/Andreas Simm

Start-up zu neuen Märkten

Spielregeln für Unternehmenserfolg
in ganz neuen Geschäftsfeldern

Luchterhand

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1 Strategische Erfolgsfaktoren	5
2 Start-ups erfolgreich managen	17
2.1 Start-ups als Teil der Innovationsstrategie	19
2.1.1 Strategischer Innovationsfahrplan als Voraussetzung für den Erfolg von Start-ups.	19
2.1.2 Konkrete Fragestellungen und Lösungsansätze	23
2.1.3 Chancen und Risiken einer Start-up-Strategie	34
2.2 Typische Abläufe	38
2.3 Organisatorische Voraussetzungen	43
2.3.1 Flexible Organisationsformen und Trennung vom laufenden Geschäft.	43
2.3.2 Start-ups brauchen Promotoren.	49
2.3.3 Simultaneous Engineering.	50
2.3.4 Strategie der kleinen Anfänge.	50
2.3.5 Eindeutige Budgetierung	52
2.3.6 Rückenwind durch Patenschaften	53
2.3.7 Intrapreneurprogramme.	59
2.4 Qualifikationsanforderungen für Start-ups	60
2.4.1 Typische Spannungsfelder	60
2.4.2 Organisatorische Eigenständigkeit	62
2.4.3 Marktorientierte Mitarbeiter.	62
2.4.4 Kompensation von Defiziten.	64
2.4.5 Änderung des Anforderungsprofils im Start-up-Verlauf.	66
2.4.6 Personalpolitische Schlußfolgerungen.	70
2.5 Erfolgswertung	78
2.5.1 Scoringvorschlag zur Projektbewertung	84
2.5.2 Problemfelder beim Ausstieg	97

Inhaltsverzeichnis

2.6	Kundennähe und Kundennutzen im Mittelpunkt	111
2.7	Erfolgsfaktor Zeit	116
2.8	Organisationsformen	122
2.9	Finanzierung von Start-ups	127
2.9.1	Finanzierung über Venture Capital	127
2.9.2	Kleine AG nach neuem Recht	143
2.9.3	Finanzierung über öffentliche Mittel.	144
2.10	Gehaltspraxis bei Start-up-Geschäften	151
2.10.1	Grundgehaltssystematik als Basis.	151
2.10.2	Variable Vergütung als Steuerungsinstrument	152
2.10.3	Modelle für Start-ups.	158
2.11	Rechnungswesen - Voraussetzungen und Praktikabilität von Start-up-Geschäften.	170
3	Ausblick	181
	Literaturverzeichnis.	186
	Stichwortverzeichnis.	187