

# New Economy

in kleinen und mittleren Unternehmen  
Jahrbuch der KMU-Forschung 2002

herausgegeben von

Univ-Prof. Dr. Jörn-Axel Meyer

Universität Flensburg

Stiftungslehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre,  
insb. kleine und mittlere Unternehmen

Verlag Franz Vahlen München

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
Teil 1: Einführung ins Jahrbuch.....	1
„New Economy“ - Überblick über das Jahrbuch für KMU-Forschung und -Praxis 2002 ( <i>Meyer</i> ).....	3
Teil 2: Anwendung neuer Technologien in der New Economy.....	13
1. Originäre und komplementäre Leistungspotentiale des E-Commerce - Bestandsaufnahme für KMU am Beispiel des Internet-Buchhandels ( <i>Ehrmann/Haas/Harms</i> ).....	15
2. KMU in der New Economy: Fehlen die Voraussetzungen? Eine empirisch fundierte Bestandsaufnahme mit Lösungsvorschlägen ( <i>Fischer</i> ).....	29
3. Anwendungsstand und Nutzenpotenziale des E-Commerce für KMU in der Bauwirtschaft. Eine theoretische und empirische Bestandsaufnahme ( <i>Koch/Baier</i> ).....	63
4. Elektronische Vernetzung, KMU und New Economy - eine empirische und theoretische Betrachtung ( <i>Lagemann/Welter</i> ).....	85
5. Customer Profiling als effiziente Informationsgrundlage für die Gestaltung von E-Commerce-Angeboten für KMUs ( <i>Wiedmann/Buxel</i> ).....	105
•v	
Teil 3: Veränderung der Unternehmensprozesse in der New Economy.....	121
1. Determinanten, Möglichkeiten und Konsequenzen für Lernprozesse in Netz- werken kleinerer und mittlerer New Media Unternehmen ( <i>Bouncken</i> ).....	123
2. Strategische Flexibilität und Unternehmenskultur kleiner und mittlerer Unter- nehmen in der „New Economy“ ( <i>Burmann</i> ).....	147
3. Organisation entsteht im Kopf. Eine Untersuchung sozialer Beziehungen eines KMU der New Economy ( <i>Meyer/Aderhold</i> ).....	163
4. Internet-Marktplätze für KMUs - Erfahrungen mit der Gestaltung eines elektronischen Handwerkermarktplatzes ( <i>Müller-Merbach/Lenz/Schulz</i> ).....	191
5. Der „Faktor Personal“ als strategischer Erfolgsfaktor in der Unternehmens- entwicklung - dargestellt am Beispiel der Biotechnologie ( <i>Staudt/Kottmann/Sieger</i> ).....	207
6. Kompetenzentwicklung als Engpass- und Schlüsselfaktor für Innovationen in KMU der New Economy - dargestellt am Beispiel junger Telekommuni- kationsunternehmen ( <i>Staudt/Schwering</i> ).....	221
Teil 4: Globalisierungstendenzen in der New Economy.....	239
1. E-Business als Akzelerator der Internationalisierung von KMU ( <i>Fisch/Drexler/Dürrfeld</i> ).....	241
2. Interorganisationale Netzwerkstrukturen zwischen KMUs in der New Economy: Eine netzwerkanalytische Untersuchung am Beispiel der Biotechnologie- Branche ( <i>Rank</i> ).....	259

3. Netzwerkeinbettung von Start-ups der New Economy ( <i>Reiß/Heimerl</i> ).....	277
4. Strategietypen und strategisches Kooperationsverhalten von KMU in der „New Economy“ versus „Old „Economy“ ( <i>Zanger/Wenisch/Uhlmann</i> ).....	293
Teil 5: Perspektiven der New Economy.....	305
1. Innovative Geschäftsmodelle und Zukunftsperspektiven in der New Economy ( <i>Reichwald/Happel</i> ).....	307
2. „E-Customer-Innigration“ in kleinen und mittleren Unternehmen - Potenziale der internetbasierten Kundeneinbindung in die Neuproduktentwicklung ( <i>Rüdiger</i> ).....	319
3. New Economy Valuation. Zur Bewertung der Finanzkontrakte von KMU im New Economy-Kontext ( <i>Schuhe</i> ).....	331
4. Customer Communities - E-Technologien wertsteigernd einsetzen ( <i>Weissenberger-Eibl</i> ).....	343
Teil 6: Bibliothek zum Thema New Economy und KMU.....	359
Literaturüberblick zur New Economy und KMU ( <i>Boyd</i> ).....	361
Teil 7: Zusammenfassungen und Abstracts.....	367
Autorenverzeichnis.....	383