

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
1 Motivation, Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	1
1.1 Motivation	1
1.2 Zielsetzung und zugrundeliegende Fragestellung	3
1.3 Gang und inhaltlicher Aufbau der Arbeit	5
2 Untersuchungsstrategie, methodisches Vorgehen und Einordnung	9
2.1 Untersuchungsstrategie - Qualitativ explorativer Ansatz	9
2.1.1 Umfeld und Gegenstand der Untersuchung	10
2.1.2 Auswahl und Begründung der Forschungsmethodik	10
2.1.3 Zu berücksichtigende Qualitätskriterien	10
2.2 Forschungsdesign - Konzept und methodisches Vorgehen	13
2.2.1 Phase I - Theoretische Vorstudien	14
2.2.2 Phase II - Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse	15
2.2.3 Phase III - Datenanalyse und Generierung von Erfolgsfaktorhypothesen	16
2.3 Wissenschaftlicher Gesamtkontext - Einordnung der Untersuchung	17
2.3.1 Gründungsforschung	18
2.3.2 Elektrizitätswirtschaft	19
2.3.3 Erfolgsfaktorenforschung	20

3	Vorstudien als Bezugsrahmen für die Untersuchung	23
3.1	Aktuelle Situation in der Elektrizitätswirtschaft	23
3.1.1	Eigenschaften und Aufbau des deutschen Elektrizitätssektors	23
3.1.1.1	Strom als Wirtschaftsgut	23
3.1.1.2	Verteilung und Transport	24
3.1.1.3	Marktumfeld des Stromhandels	26
3.1.1.4	Erzeugung und Verbrauch	27
3.1.1.5	Die Top-Down Wertschöpfungskette der Elektrizitätswirtschaft	30
3.1.2	Die Elektrizitätswirtschaft auf dem Weg zum Smart Grid	30
3.1.2.1	Elektrizitätswirtschaftstrends	31
3.1.2.2	IKT-Anwendungsbereiche	41
3.1.2.3	Die Wertschöpfungskette im Smart Grid	47
3.2	IKT-Start-ups in der E-Wirtschaft als Betrachtungsgegenstand der Untersuchung	48
3.2.1	Zur Begrifflichkeit Start-up	49
3.2.2	Der Lebenszyklus eines Start-ups	50
3.2.3	Kriterien für den Erfolg junger Unternehmen	52
3.2.4	Marktbetrachtung innovativer Geschäftsmodellbereiche im Untersuchungsumfeld	54
3.3	Klassifikation von gründungsbezogenen Erfolgsfaktoren aus der Literatur .	57
3.3.1	Humankapitalbezogene Erfolgsfaktoren	57
3.3.2	Organisationsbezogene Erfolgsfaktoren	60
3.3.3	Marktumfeldbezogene Erfolgsfaktoren	65
3.3.4	Produktbezogene Erfolgsfaktoren	69
3.3.5	Zusammenfassung der identifizierten Erfolgsfaktorbereiche	72

4	Qualitative Datenerhebung durch Experteninterviews	75
4.1	Experteninterviews als Erhebungsinstrument	76
4.2	Auswahl geeigneter Gesprächspartner	77
4.3	Notwendige Anzahl an Experten	80
4.4	Konstruktion des Interviewleitfadens	83
4.5	Durchführung der Interviews	87
5	Auswertung des Datenmaterials zur Generierung von Hypothesen	89
5.1	Auswahl und Vorgehen der qualitativen Inhaltsanalyse	89
5.2	Beschreibung der erhobenen Daten	93
5.3	Das Kategoriensystem als Basis der Kodierung	94
5.3.1	Humankapitalbezogene Erfolgsindikatoren	94
5.3.1.1	Persönlichkeitseigenschaften	95
5.3.1.2	Kompetenzen	97
5.3.1.3	Fähigkeiten	99
5.3.2	Organisationsbezogene Erfolgsindikatoren	101
5.3.2.1	Geschäftsmodell	101
5.3.2.2	Organisationsstruktur	104
5.3.2.3	Finanzierung	105
5.3.3	Marktumfeldbezogene Erfolgsindikatoren	105
5.3.3.1	Marktinteraktion	106
5.3.3.2	Marktspezifika	109
5.3.3.3	Wirtschafts- und Ordnungspolitik	110
5.3.4	Produktbezogene Erfolgsindikatoren	111
5.3.4.1	Anforderungen	112
5.3.4.2	Technologie	113
5.3.4.3	Produktmerkmale	113
5.3.5	Ergebnisse der Kodierung	117

5.4	Quantitative Analysen der extrahierten Erfolgsindikatoren	118
5.4.1	Bestimmung der Relevanz von Erfolgsindikatoren mittels eines Vergleichsindex	119
5.4.2	Aufdeckung gruppenspezifischer Erfolgsindikatoren mittels Graphenpartitionierung	125
5.4.3	Analyse von Wirkungszusammenhängen zwischen Erfolgsindikatoren	132
5.5	Interpretation der Auswertungsergebnisse zu den Erfolgsindikatoren	134
5.5.1	Vertriebsstärke und Vertriebsaffinität	135
5.5.2	Branchenkenntnis und Marktverständnis	136
5.5.3	Durchhaltevermögen	137
5.5.4	Personalführungsfähigkeit	137
5.5.5	Gründungs- und Berufserfahrung	138
5.5.6	IKT-Kompetenz	138
5.5.7	Operative Umsetzungsfähigkeit	139
5.5.8	Wertschöpferische Denkweise	139
5.5.9	Teamzusammensetzung	140
5.5.10	Skalierbarkeit und Marktfähigkeit	141
5.5.11	Branchenspezifische Finanzierung	141
5.5.12	Machbarkeitsnachweis und Validierung	142
5.5.13	Flexibilität und Unabhängigkeit	143
5.5.14	Seedkunden und Technologiepartner	144
5.5.15	Umgang mit Marktgegebenheiten	145
5.5.16	Politisch regulatorischer Rahmen	145
5.5.17	Forschungsk Kooperationen	146
5.5.18	Förderungsprogramme	147
5.5.19	Kundenorientierter Problemlösungsfokus	148
5.5.20	Feedbackbasierte Lösungsentwicklung	149
5.5.21	Prototypengenerierende Entwicklung	150
5.5.22	Branchenspezifische Anforderungen	150

5.6	Erfolgsfaktorhypothesen zu IKT-Start-ups in der E-Wirtschaft	151
5.6.1	Erfolgsfaktorhypothesen zum Humankapital	151
5.6.2	Erfolgsfaktorhypothesen zur Organisation	154
5.6.3	Erfolgsfaktorhypothesen zum Marktumfeld	158
5.6.4	Erfolgsfaktorhypothesen zum Produkt	161
6	Schlussbetrachtung	165
6.1	Zusammenfassung	165
6.2	Kritische Würdigung der Untersuchung	169
6.3	Vergleich der Ergebnisse mit anderen Erfolgsfaktorstudien	174
6.4	Implikationen für die Wirtschaftspraxis	177
6.5	Ausblick auf weitere Forschungsbereiche	182
Anhang		XVII
Quellenverzeichnis		XXI
Glossar		XXXIX