

Inhaltsverzeichnis

Teil 1: Status quo des Entrepreneurships	1
Corporate Entrepreneurship als neues Unternehmertum? <i>DAVID HAJIZADEH-ALAMDARY und ANDREAS KUCKERTZ</i> (<i>Universität Hohenheim</i>)	3
Entre- und Intrapreneurship = Startup Economy? <i>CLEMENS BRANDSTETTER und HENRIK MATTHIES</i> (<i>TMI Training und Consulting GmbH</i> und <i>Mimi Hearing Technologies GmbH</i>)	27
Startups der Digitalen Wirtschaft in Deutschland: Herausforderungen für die Netzpolitik <i>TOBIAS KOLLMANN</i> (<i>Universität Duisburg-Essen</i>)	51
Crowdfunding: mehr als nur Kapitalbeschaffung – wie Startups von der Vernetzung mit ihren Investoren profitieren können <i>ELISABETH S. C. BERGER, ANDREAS KUCKERTZ und MELITO VAN DER ENDE</i> (<i>Universität Hohenheim</i>)	61
Teil 2: Quo vadis, Entrepreneurship?	83
Wie werden Service-Geschäftsmodelle von Startups skalierbar? Eine Fallstudie zur digitalen Transformation von Web-Dienstleistern <i>DENNIS M. STEININGER und ANNA BUDREVICH</i> (<i>Universität Mannheim</i>)	85

Die DNA von Unternehmen als Erfolgsfaktor – Geschäftsmodelle verstehen, innovieren, implementieren <i>DANIEL SCHALLMO</i> (<i>Universität Ulm</i>)	115
Wachstumsmarkt eCommerce: Herausforderungen und Chancen für das Risikomanagement in der vernetzten Welt <i>MICHAEL FREYTAG</i> (<i>Schufa Holding AG</i>)	151
Denkweisen der Internet-Ökonomie – eine äußerst pragmatische Betrachtung <i>FRANK KEUPER</i> und <i>MARC SCHOMANN</i> (<i>Steinbeis-Hochschule Berlin</i>)	177
E-Joy – Markenerlebnisse messbar machen <i>ANDREA MÜLLER</i> und <i>MICHAEL STOPFKUCHEN</i> (<i>Hochschule Offenburg</i>)	201
Autorenverzeichnis	239