

---

## Was Sie aus diesem *essential* mitnehmen können

- Digitalisierung stellt viele Unternehmen und Start-ups vor große Herausforderungen.
- *essential* beschreibt anhand eines konkreten Praxisbeispiels die wichtigsten Schritte, um aus einer Idee ein digitales Produkt zu entwickeln und dieses am Markt zu platzieren.
- Was sind die Besonderheiten des digital Entrepreneurship im Vergleich zum klassischen Unternehmertum?
- Welche Möglichkeiten sind geeignet, um strukturiert und praktikabel aussichtsreiche Produktideen zu entwickeln.
- Welche Methoden eignen sich, um aus einer ersten Ideen konkrete Geschäftsmodelle zu entwickeln und welche Möglichkeiten gibt es in diesem Zusammenhang, um von den Erfahrungen anderer erfolgreicher Unternehmen zu profitieren?
- Wie sollten Start-ups oder Unternehmen ihre Zielmärkte insofern strukturiert analysieren, als dass sie dann, basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen, die richtigen Entscheidungen treffen können?
- Wie erfolgt die Entwicklung eines digitalen Prototyps, welche Zwischenschritte sind dafür nötig und inwiefern haben die Erkenntnisse jenes Prozesses direkten Einfluss auf das Geschäftsmodell?
- Rekonstruktion des Markteintritts anhand eines konkreten Praxisbeispiels um nachvollziehen zu können, welche Methoden und Kanäle geeignet sind, um einen erfolgreichen Launch umzusetzen.
- Exkurs zum Thema agile Arbeitsmethoden, in dem der Autor die wichtigsten Vorteile skizziert, welche das Erlernen und Implementieren jener Methoden bietet. Abriss zu drei der bekanntesten innovativen Arbeitsmethoden, welche inzwischen täglich im Rahmen des digital Entrepreneurship angewendet werden.

---

# Literatur

- Adbaker GmbH. (2018). Report zur proofer-Facebook-Kampagne 2018 (unveröffentlichter Bericht). Köln.
- Baum, M. (2018). *Implikationen der Digitalisierung für die Geschäftsmodellentwicklung und die Internationalisierung von Startups*. In V. Lingnau, G. Müller-Seitz, & S. Roth, Management der digitalen Transformation – Interdisziplinäre theoretische Perspektiven und praktische Ansätze (S. 64–81). München: Verlag Franz Vahlen GmbH.
- Brandes, U., Gemmer, P., Koschek, H., & Schültken, L. (2014). *Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking & Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Buzan, T. (1999). *Speed Reading: Schneller lesen – mehr verstehen – besser behalten*. Landsberg am Lech: mvg-Verlag.
- CIO – IT-Strategie für Manager. (12. 04 2018). *Minimum Viable Product*. CIO – IT-Strategie für Manager, S. 1–3.
- Dark Horse Innovation. (2016). *Digital Innovation Playbook – Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager*. Hamburg: Murmann Publishers GmbH.
- European Commission. (2014). *The EU vision, strategy and actions*. DIGITAL EUROPE NTA Summit (S. 11). Brüssel: European Commission.
- Familonet GmbH. (2016). *onbyrd-Report zu proofer Facebook-Kampagne 2016* (unveröffentlichter Bericht). Hamburg.
- Fried, J., Heinemeier, D. H., & Linderman, M. (2009). *Getting Real: The Smarter, Faster, Easier Way to Build a Successful Web Application*. Chicago: 37signals.
- Fueglistaller, U., Müller, C., Müller, S., & Volery, T. (2016). *Entrepreneurship I Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2017). *Geschäftsmodelle entwickeln – 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator*. München: Carl Hanser Verlag.
- Holzer, P. (07. 09 2018). <http://www.medien.ifi.lmu.de>. Von [http://www.medien.ifi.lmu.de/fileadmin/mimuc/mmi\\_ws0506/essays/uebung2-holzer.html](http://www.medien.ifi.lmu.de/fileadmin/mimuc/mmi_ws0506/essays/uebung2-holzer.html) abgerufen
- Jung, H. (2010). *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

- Kauffman, E. M. (2010). *Entrepreneurship and the Entrepreneurial Mind-Set*. In R. Hisrich, M. Peters, & D. Shepherd, *Entrepreneurship* (S. 2–23). New York: McGraw-Hill.
- Kollmann, T. (2005). *E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Net Economy*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Nambisan, S. (01. 11 2017). *Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship*. ET&P, S. 1029–1055.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation – Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernada, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. New Jersey: Wiley.
- Pflaum, A., & Schulz, E. (02. 03 2018). *Auf dem Weg zum digitalen Geschäftsmodell – „Tour de Force“ von der Vision des digitalisierten Unternehmens zum disruptiven Potenzial digitaler Plattformen*. Springer Fachmedien. Wiesbaden: Springer Nature.
- Pioch, S. (2016). *Startup-Intelligence Entscheidungsfindung in der frühen Gründungsphase*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač.
- Pioch, S., Sonnet, D., & Blenski, B. (2018). *Die digitale Achillesferse – Wie mittelständische Unternehmen die Chancen der Digitalisierung nutzen können. Ein Praxisleitfaden*. Hamburg: tredition.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup – How today's Entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crown Business.
- Rohrbeck, R., & Gemünden, H. G. (2006). *Strategische Frühaufklärung – Modell zur Integration markt- und technologiezeitiger Frühaufklärung*. In J. Gausemeier, *Vorausschau und Technologieplanung* (S. 159–176). Paderborn: Heinz Nixdorf Institut.
- Schaller Werbeagentur GmbH. (07. 09 2018). [der-shopstart.de](http://der-shopstart.de/unser-moodboard-beispiel). Von <http://der-shopstart.de/unser-moodboard-beispiel> abgerufen
- TechTarget. (07. 09 2018). [searchmicroservices.techtarget.com](https://searchmicroservices.techtarget.com). Von <https://searchmicroservices.techtarget.com/definition/user-interface-UI> abgerufen
- TestingTime AG. (07. 09 2018). [www.testingtime.com](https://www.testingtime.com/ux-testing/guide-fuer-modernisierte-benutzertests/). Von <https://www.testingtime.com/ux-testing/guide-fuer-modernisierte-benutzertests/> abgerufen
- Vahs, D., & Brem, A. (2015). *Innovationsmanagement – Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Vertical Media GmbH. (07. 09 2018). [gruenderszene.de](https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/white-label?interstitial). Von <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/white-label?interstitial> abgerufen
- ZEIT Akademie. (2017). *Design Thinking – Der kreative Weg zu innovativen Lösungen*. Hamburg: ZEIT Akademie.
- Zhao, F., & Collier, A. (2016). *Digital Entrepreneurship: Research and Practice*. 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (S. 2173–2182). Perth: School of Business and Law, Edith Cowan University.