

Caseblock 1

Case 1: Flipperhit

Auf einer der vielen Social-Networking-Veranstaltungen, die Sie neuerdings besuchen, treffen Sie Frau Schöngeist. Frau Schöngeist ist Mitbegründerin und Geschäftsführerin von Flipperhit – einer Tauschcommunity für Musik-CDs. Da Sie nach dem Besuch der Vorlesung E-Entrepreneurship ernsthaft mit dem Gedanken spielen sich ebenfalls selbständig zu machen, nutzen Sie die Gelegenheit, um Frau Schöngeist nach ihrem Unternehmen zu befragen. Dabei erfahren Sie, dass man sich kostenlos bei Flipperhit anmelden kann, um einen Zugang zu erhalten, mit dem man sowohl Musik-CDs zum Tausch einstellen kann als auch selbst Artikel „wegtauschen“ kann. Auf Ihre Anmerkung hin, dass es immer so ärgerlich ist, dass beim Tauschen der jeweilige Tauschpartner einen Artikel besitzen müsste, der Ihnen mindestens so viel wert ist, wie Ihre eigene CD, entgegnet Ihnen Frau Schöngeist, dass bei Flipperhit kein 1:1-Tausch stattfindet. Stattdessen ist für jede erworbene CD mit Flippern, einer virtuellen Währung, an den Anbieter und mit 99 ct. an Flipperhit zu begleichen. Weil die Flipper aber auch käuflich zu erwerben sind, können sich auch diejenigen, die keine eigenen Artikel anzubieten haben, eine Musik-CD ertauschen. Sie sind von der innovativen Idee ganz begeistert und freuen sich mit Frau Schöngeist, dass sie nach so kurzer Zeit am Markt bereits einen so großen Erfolg hat. Frau Schöngeist gesteht Ihnen allerdings auch, dass eine Unternehmensgründung mit viel Aufwand verbunden ist, da es anfangs an vielerlei Ressourcen mangelt und man in dem dynamischen Umfeld der Net Economy bei der Umsetzung seiner Idee schnell sein muss. Dann wendet sie sich dem nächsten Gesprächspartner zu. Bevor auch Sie weitere Kontakte pflegen, halten Sie noch einmal die wichtigsten Informationen fest, die Sie in dem Gespräch mit Frau Schöngeist zu ihrem Unternehmen Flipperhit erhalten haben:

- a) Frau Schöngeist bezeichnet ihre Plattform selbst als eine Tauschcommunity. Teilen Sie ihre Meinung? Begründen Sie Ihre Antwort, indem Sie kurz auf die Unterschiede E-Marketplace und E-Community eingehen!
- b) Würden Sie Flipperhit als typisches E-Venture bezeichnen? Begründen Sie Ihre Antwort, indem Sie auf die spezifischen Eigenschaften von E-Ventures eingehen!
- c) In welcher Entwicklungsphase befindet sich Ihrer Meinung nach Flipperhit? Begründen Sie Ihre Antwort, indem Sie auf die Aktivitäten der anderen Phasen des Geschäftsprozesses eingehen!

Case 2: „my-Internet-interior-decorator.de“

Nach dem der E-Entrepreneur-Student Robert seine ersten fünf Semester an der Hochschule Schmalkalden in einem Studentenwohnheim verbracht hat, ist er in den Semesterferien in seine erste eigene Wohnung gezogen. Doch mit dem Einzug stand er auch vor dem Problem, seine Wohnung einrichten zu müssen. Er verbrachte viel Zeit in verschiedenen Möbelhäusern, konnte sich aber nur schwer für einzelne Möbelstücke entscheiden, da er erst gar nicht vorstellen konnte, wie diese in seiner Wohnung aussehen würden. Er stellte sich als Optimal-lösung vor, während des Möbelkaufs am Bildschirm zu sitzen und Wohnungen so erst mal interaktiv einrichten zu können. Schon lange spielt Robert mit dem Gedanken, sein eigenes Unternehmen zu gründen, um sein eigener Herr sein zu können. Aufgrund seiner Internetrecherche und Informationen verschiedener Möbelgroßhändler identifiziert er zwar einige Hindernisse, ist aber von dem möglichen Erfolg seiner Geschäftsidee überzeugt. Deshalb erarbeitet er ein erstes Konzept unter dem Arbeitstitel my-Internet-interior-decorator.de und stellt es anschließend dem bekannten Business Angel, Thorsten Kohl, vor. Diesem gefällt das Konzept sehr gut, aber er warnt Robert auch, dass vor allem die Umsetzungsphase viel Zähigkeit erfordern wird, da seine Geschäftsidee mit hohem Risiko behaftet ist. Robert erwidert, dass er sich der Schwierigkeit bewusst ist, aber sie durch seine Einsatzbereitschaft überwinden kann. Herr Kohl ist von Robert sehr angetan und beschließt sich näher mit ihm und seiner Geschäftsidee auseinander zu setzen. Folgende Punkte gehen ihm dabei durch den Kopf:

- a) Erläutern Sie den Unterschied zwischen einer derivativen und einer originären Gründung. Um welchen Gründungstyp handelt es sich bei my-Internet-interior-decorator.de und welche Auswirkungen ergeben sich daraus für den Gründungsprozess?
- b) Basierend auf der elektronischen Wertkette kann die Wertschöpfung, die ein Unternehmen erbringt, in verschiedene Wertschöpfungsaktivitäten zerlegt werden. Nennen Sie die Aktivitäten, die my-Internet-interior-decorator.de erbringt und beschreiben Sie deren konkrete Ausgestaltung im Falle von my-Internet-interior-decorator.de!
- c) Das Unternehmen my-Internet-interior-decorator.de ist als Internet-Start-up konzipiert, der Business Angel Thorsten Kohl macht jedoch den Vorschlag, auch ein mobiles Angebot zu entwickeln. Evaluieren Sie die Sinnhaftigkeit dieses Vorschlags und erarbeiten Sie Möglichkeiten - ausgehend von der ursprünglichen Geschäftsidee – auch einen mobilen Mehrwert zu schaffen!

Case 3: Studi-Connect

Die beiden Studenten der Hochschule Schmalkalden, Sven Ziel-Sicher und Fabian Faul-Pelz, würden gern den Weg in die Selbständigkeit wagen und ein Unternehmen im E-Business-Bereich gründen. Die Business-Idee wurde – durch ihre aktive Teilnahme an zahlreichen Vorlesungen– schnell gefunden und sieht das Programmieren einer mobilen Applikation vor, um Studierenden die Möglichkeit zu geben mit Kommilitonen im gleichen Hörsaal via Bluetooth zu kommunizieren („Studi-Connect“). Die Applikation wurde bereits für das iPhone programmiert. Neben dem Vertrieb über den Apple Store soll zusätzlich eine Homepage erstellt werden, auf der sich Studierende kostenlos „Studi-Connect“ herunterladen können. Zur Zielgruppe zählen Studierende, die in Deutschland immatrikuliert sind. Im Zentrum ihrer Vermarktungsstrategie steht Viral-Marketing, mit dem Ziel den Bekanntheitsgrad ihrer Applikation zu steigern und möglichst viele Studierende für die Software zu begeistern, da die Gründer über wenig finanzielle Mittel verfügen und auf diesem Weg viele Interessenten kostengünstig erreicht werden können. Nach eigener Aussage schätzen die Studenten die Chance ihre Idee erfolgreich auf dem Markt zu etablieren als hoch ein, weil Sven und Fabian nach dem Abitur ein BWL-Studium an der Hochschule Schmalkalden aufgenommen haben und sich persönlich sehr für den Bereich des E-Business begeistern. Außerdem kennen sich beide seit mehr als zehn Jahren und arbeiten seit zwei Jahren für eine IT-Agentur im Team zusammen. Demzufolge ähneln sich beide in ihrem beruflichen Werdegang, aber charakterlich unterscheiden sie sich sehr – entsprechend ihrem Nachnamen. Beide sind von ihrer Idee begeistert und würden diese am liebsten sofort umsetzen. Da von keinem der beiden Gründer die Fächer E-Business und E-Entrepreneurship belegt wurden, wurden Sie als guter Freund und Experte in diesem Bereich um Hilfe gebeten:

- a) E-Ventures sind durch eine Reihe von spezifischen Merkmalen charakterisiert. Qualifiziert sich das Projekt von Sven Ziel-Sicher und Fabian Faul-Pelz als E-Venture? Begründen Sie Ihre Einschätzung indem Sie Bezug auf diese spezifischen Merkmale nehmen!
- b) Unternehmensgründungen in der Net Economy generieren über eine elektronische Wertschöpfung elektronische Mehrwerte. Welche potentiellen Mehrwerte sehen Sie bei „Studi-Connect“? Begründen Sie Ihre Einschätzung!
- c) Unternehmensgründungen können grob als innovativ und imitierend klassifiziert werden. Schätzen Sie vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen in der mobilen Kommunikation „Studi-Connect“ ein! Begründen Sie Ihre Entscheidung!