

Vorwort zur 3. Auflage

E-Entrepreneurship 3.0 geht an den Start und gemeint ist nicht nur die 3. Auflage dieses Lehrbuchs, sondern auch die neuen Gründungsideen rund um das **Web 3.0**. Dabei ist die Gründerwelle rund um das Web 2.0 noch nicht einmal vorbei. Zwar scheint hier der Höhepunkt bereits überschritten, doch noch immer können zahlreiche Neugründungen in diesem Bereich beobachtet werden. Viel wichtiger ist jedoch die Tatsache, dass viele der **Web 2.0**-Gründungen erfolgreich waren und die Hoffnungen in diesem Bereich neuen Aufschwung gaben, sodass es inzwischen wieder „in“ ist, sich mit dem Thema E-Entrepreneurship und damit den Unternehmensgründungen in der Net Economy zu befassen. Ein Grund ist darin zu sehen, dass sich das zugehörige **E-Business** von den Rückschlägen zu Beginn dieses Jahrtausends eindeutig erholt hat.

Nach Hype-Phase (1995-2000) und Anti-Hype-Phase (2000-2004), konnte die Web 2.0-Phase (2004-2008) wieder den Anspruch der Internet-Technologie auf ein dauerhaftes und wertbeständiges Geschäftsfeld unterstreichen. „Die Technologie wurde nie in Frage gestellt“ lautet entsprechend dann auch der Titel eines Interviews des Autors auf *deutsche-startups.de*, in dem nochmals unterstrichen wird, dass sich in den letzten 200 Jahren alle Technologien durchgesetzt haben, die auf **Kosten- und Zeitreduktion** ausgerichtet waren. Das E-Business spiegelt diesen Anspruch wider und hat sich entsprechend auch für zugehörige E-Gründungen durchgesetzt! Bereits fest etablierte E-Business-Firmen wie z.B. *ebay.de*, *amazon.de*, *autoscout24.de*, *youtube.de*, *xing.de*, *google.de*, *skype.com* und viele andere Plattformen sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. E-Business-**Start-ups** wie *sevenload.de*, *amiando.de*, *cellity.de*, *zanox.de*, *studivz.de*, *qype.de*, *smava.de*, *dawanda.de*, *panfu.de*, *brands4friends.de*, *mixxt.de*, *viif.de* und weitere stehen bereit, in diese Fußstapfen zu treten. Es ist also sprichwörtlich „wieder eine ganze Menge los“ in der Gründerszene der Net Economy.

Und damit nicht genug: Inzwischen steht schon das „**Web 3.0**“ vor der Tür. Die Vision eines intelligenten Semantischen Web ist schon allgegenwärtig. E-Business 3.0-Konzepte machen sich die offensichtliche Not der Nachfrager zur Tugend und rücken den Kunden mit seinem individuellen (Informations-)Bedürfnis in den Mittelpunkt der eigenen Geschäftsidee. Und damit ist nicht nur die reine Personalisierung bereits bestehender Web-Angebote gemeint – denn diese erwartet der Kunde laut aktueller Studien ohnehin. Gemeint ist hier vielmehr der mögliche Wechsel von einem Angebots- zum Nachfragermarkt – aus E-Business wird **(M)E-Business**! Die „pauschale“ Informations- und Angebotsflut in den Datenbanken macht es dem Nachfrager nämlich oftmals unmöglich, ein dem individuellen Bedürfnis entsprechendes Angebot zu finden. Es ist daher das Bedürfnis selbst („me“), welches es elektronisch zu erfassen und zu befriedigen gilt. Der Kunde möchte nicht lange und erfolglos auf verschiedenen Plattformen nach dem passenden Objekt suchen, er möchte direkt ein persönlich auf ihn zugeschnittenes Angebot haben. Es wird also in Zukunft zunehmend wichtiger sein, über **Request- und Customization-**

Systeme (E-Desk) mit der individuellen Erfassung der Nachfrage noch näher am Kunden zu sein. Der Erste, der das Bedürfnis des Kunden kennt, kann auch ein Angebot unterbreiten. Vor diesem Hintergrund haben auch schon die ersten Web 3.0-Start-ups wie *askerus.de*, *mymuesli.de*, *reasybid.de*, *mycornflakes.com*, *allmytea.de*, *demandr.de* oder *sonntagmorgen.com*, das nächste Kapitel der Unternehmensgründungen in der Net Economy aufzuschlagen. Ob sie auch vom Markt angenommen und sich durchsetzen werden, bleibt selbstverständlich noch abzuwarten.

Natürlich kann vor diesem Hintergrund auch die **dritte Auflage dieses Lehrbuchs** als Indiz für die anhaltenden Gründungsaktivitäten in der Net Economy gewertet werden. Neben der Freude des Autors über diesen Markterfolg steht das Werk dadurch aber auch in der Verpflichtung, diesen neuen Trends und Technologien nachzugehen und sie kontinuierlich zu integrieren, um auch weiterhin dem Leser einen möglichst vollständigen Überblick über das E-Entrepreneurship zu bieten. Neuauflagen bieten dazu die Chance und so wurde die dritte Auflage entsprechend um das Thema Web 2.0 und Web 3.0 erweitert, um dem vom Markt inzwischen zugestandenen Titel eines „Standardwerkes“ gerecht zu werden. Dazu gehören neben den allgemeinen Ausführungen zu diesen beiden Gründungsfeldern insbesondere Hinweise zu der Umsetzung der theoretischen Inhalte auf die einzelnen Plattformen im E-Business, um einen noch konkreteren Bezug zu den verschiedenen Gründungsrichtungen zu schaffen. Neben einer Aktualisierung von Zahlen und Beispielen wurden für jedes Kapitel ferner zahlreiche **neue Übungsaufgaben** und erstmals auch **Klausuraufgaben** konzipiert, um den Lehrstoff weiter vertiefen zu können.

Die **Zielgruppe des Lehrbuches** sind weiterhin zum einen Praktiker, die sich mit dem Gedanken einer Unternehmensgründung in der Net Economy befassen bzw. Gründer, die bereits in solchen Unternehmen arbeiten. Eine weitere Zielgruppe sind zum anderen Studenten und Lehrkräfte, die sich an Universitäten, Fachhochschulen, privaten Business Schools und Technologiezentren mit den Themen Entrepreneurship, Innovationsmanagement, E-Business bzw. E-Commerce beschäftigen. Desweiteren können Business Angels und Vertreter von Venture Capital-Unternehmen über die Lektüre des Buches wertvolle Erkenntnisse über die Bewertung von Geschäftsideen in der Net Economy erhalten.

Mein besonderer **Dank für die Unterstützung** bei der Fertigstellung dieses Werkes gilt erneut den wissenschaftlichen Mitarbeitern meines Lehrstuhls. Dazu zählen Herr *Dr. Andreas Kuckertz*, Frau *Nicola Breugst*, Herr *Matthias Häsel*, Frau *Carina Lomberg*, Herr *Carsten Schröer*, Herr *Christoph Stöckmann* und Frau *Christina Suckow*. Weiterhin möchte ich mich sehr bei meiner Sekretärin Frau *Cornelia Yano* für die Korrekturarbeiten sowie bei Herrn *Ingo Kummutat* für die Betreuung der Webplattform „*www.e-entrepreneurship.com*“ bedanken. Mein ganz besonderer Dank gilt abermals meiner lieben Frau *Frauke Stefanie* und meinen beiden Söhnen *Kilian* und *Niklas*, die mir einen vorbehaltlosen Rückhalt bieten. Sie sind Ansporn und Erfüllung zugleich und geben meinem Leben einen Sinn.

Essen, im Herbst 2008

Tobias Kollmann

Universität Duisburg-Essen, Campus Essen
Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship
Universitätsstrasse 9, D – 45141 Essen
Internet: www.e-entrepreneurship.com
E-Mail: tobias.kollmann@uni-due.de

Vorwort zur 2. Auflage

Die **Ne(x)t Generation** ist da! Nein, dies soll keine Beschwörung eines neuen Internet-Hypes sein! Diese turbulenten Zeiten der Net Economy sind zum Glück vorbei. Es wurden Fehler gemacht – aber es wurde inzwischen auch aus den Fehlern gelernt. Und so konnten und können inzwischen wieder eine ganze Reihe an neuen Geschäftsideen im Internet beobachtet werden, die auf realistische und stabile Grundlagen setzen. Die **Net Economy** ist erwachsen geworden und mit ihr auch die Gründer und Investoren in diesem Bereich. Eine Branche, zu der sich in den letzten Jahren nur noch wenige bekannt haben, bietet wieder eine solide Basis für **neue Perspektiven**.

Was auf die ereignisreichen Jahre des Internetbooms folgte, war eine zwingend notwendige Bereinigung des Marktes. Diese Bereinigung ist aber kein spezielles Phänomen der Net Economy. Jede Branche und jeder Markt folgt einem bestimmten Lebenszyklus, der zwar sehr unterschiedlich ausgeprägt sein kann, aber dennoch einige Merkmale aufweist, die so gut wie immer zutreffen. So wie Menschen bei der Geburt, sind auch neue Märkte zunächst einmal ohne Erfahrung und Wissen. Sie lernen zu Laufen und sich in der Umgebung zu Recht zu finden. Die Net Economy konnte auf keine Erfahrungswerte zurückgreifen und musste die **Regeln des Marktes** erst einmal erlernen. Dabei gehört der Fall genauso dazu, wie das Aufstehen nach dem Fall.

Inzwischen sind zwei wesentliche Faktoren erkannt worden. Erstens die **Solidität der Unternehmenskonzepte**, die durch Innovation in neuen Marktsegmenten und Nischen das Überleben im Markt sichern müssen und zum anderen realistische und **solide Gründungs- und Folgefinanzierung**, die nicht auf Spekulationen, sondern auf Abwägung der vorhandenen Fakten basieren. Werden gleichzeitig die Erwartungen an ein junges Unternehmen durch Investoren zu hoch gesetzt, so stehen diese unter enormen Umsatzdruck, dem viele besonders am Anfang nicht standhalten können. Wichtig ist deshalb die langfristige Finanzierung und Ausrichtung des Unternehmenskonzeptes unter der Be-