

WHU-Forschungspapier Nr. 46 / Januar 1998

**Forschung und Lehre in Entrepreneurship**

-  
**Stand der Disziplin in den USA und  
Schlußfolgerungen für Deutschland**

**Band 1: Hauptteil**

Von Jochen Olbert, Christoph Schweizer und Patrick Sturm

Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung (WHU)  
- Otto-Beisheim-Hochschule -  
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmenspolitik  
Prof. Dr. Horst G. Carus  
Burgplatz 2  
56179 Vallendar

## Vorwort

Neue Arbeitsplätze entstehen in der heutigen Zeit in allen Industrieländern in erster Linie in neu gegründeten Unternehmen, im Mittelstand und generell in den sich neu formierenden technologiebasierten Branchen der Informations-, Kommunikations- und Biotechnologie. Diese Branchen bieten potentiellen Unternehmensgründern vielfältige Möglichkeiten. Die Großindustrie wird demgegenüber durch den unvermindert bestehenden Rationalisierungsdruck in den kommenden Jahren tendenziell weiter Arbeitsplätze abbauen.

Die neuerliche Hinwendung zum innovativen Unternehmertum (Entrepreneurship) und die daraus resultierende Förderung von Neugründungen ist volkswirtschaftlich notwendig und sinnvoll und verdient die Beachtung, die ihr heute zunehmend von der Politik beigemessen wird. Volkswirtschaftliches Wachstum verbunden mit den erhofften Beschäftigungseffekten hängt entscheidend von der Innovationskraft und der Umsetzung von Innovationen auch durch Firmengründungen ab.

Da gleichzeitig immer mehr junge Leute studieren, ist es nicht verwunderlich, sondern geradezu zwangsläufig, daß die Hochschulen in Europa, ausgehend von der sprunghaften Entwicklung in den USA und in gewissem Maße auch in Großbritannien, sich dieses Themas annehmen.

Im Rahmen der Forschungsarbeiten auf dem Gebiet des Unternehmertums an der WHU wurde in einer gemeinsamen Diplomarbeit von Dipl.-Kfm. Jochen Olbert, Dipl.-Kfm. Christoph Schweizer und Dipl.-Kfm. Patrick Sturm der Stand der Forschung und Lehre in Entrepreneurship an den führenden Hochschulen in den USA vor Ort umfassend untersucht, analysiert und dokumentiert und mit einer gründlichen Literaturrecherche verbunden. Es ging zwar primär darum, den Stand in den USA zu kennen; es sollten jedoch gleichzeitig Anregungen für Deutschland gewonnen werden, da wir im akademischen Bereich vergleichsweise noch ganz am Anfang stehen.

Die Ergebnisse sind ebenso ermutigend wie ernüchternd. An allen führenden privaten und staatlichen Hochschulen in den USA sind in den letzten Jahren erhebliche Mittel aufgewendet worden, um Zentren für die Lehre und für Kurse auf diesem Gebiet aufzubauen. Die Forschung steckt dagegen noch in den Anfängen und hat bisher noch kein mit anderen Forschungsbereichen der Betriebswirtschaftslehre vergleichbares

akademisches Interesse gefunden. Insbesondere fehlen eine theoretische Fundierung und einheitliche Definitionen. Es dominieren bis heute Partialanalysen. Insofern ist das Fach Entrepreneurship auch in den USA noch eine junge Disziplin, die noch größere Forschungsarbeiten erfordert. Unverkennbar ist jedoch, daß sich eine prozeßorientierte Betrachtungsweise gegenüber einer persönlichkeits- oder verhaltensorientierten Betrachtungsweise durchgesetzt hat.

Getragen wurde die Entwicklung in den USA von der starken Nachfrage durch die Studierenden, der die Hochschulen mit ihrem Angebot folgten. Deutlich wurde bei der Studie, daß die Lehre durch Netzwerke mit den Alumniorganisationen, Firmen, Finanzinstituten, Gründer- und Technologiezentren ergänzt werden muß, um die gewünschte Breitenwirkung zu erreichen. Den Hochschulen kann hierbei jedoch eine zentrale Rolle zukommen. Die Erfolge in den USA sind beachtlich, wie die große Zahl von Neugründungen durch Hochschulabsolventen, insbesondere in technologieorientierten Bereichen zeigt. Vergleichsweise liegt der Anteil der Hochschulabsolventen an Unternehmensgründern in der Bundesrepublik noch unter 10 %.

Nicht behandelt in der Arbeit wurden die notwendigen Rahmenbedingungen und Anreize durch ein adäquates Steuersystem, die Verfügbarkeit von Risikokapital, die Möglichkeit, frühzeitig neu gegründete Firmen an der Börse einzuführen und nicht zuletzt auch die gesellschaftliche Anerkennung unternehmerischer Erfolge wie auch Tolerierung von Mißerfolgen. Man muß dies - insbesondere in Deutschland - ebenso stark beachten wie die unmittelbare Förderung des Interesses und der Fähigkeiten, Neugründungen vorzunehmen.

Die Arbeit gibt nicht nur einen umfassenden Überblick über den Stand der Lehre und Forschung in den USA, sondern dokumentiert auch in präziser Weise in einem zweiten Band die einzelnen Programme der Hochschulen und die beteiligten Personen, so daß unmittelbar Anregungen für die Hochschulen in Deutschland gewonnen werden können und auch detaillierte Unterlagen für eine Vertiefung und eventuelle Kooperation vorliegen. Den von den Autoren für deutsche Hochschulen getroffenen Schlußfolgerungen (Seiten 145 bis 147) kann uneingeschränkt zugestimmt werden. Die Arbeit verdient bei der jetzt beginnenden Diskussion, wie man „Entrepreneurship“ in Lehre und Forschung an deutschen Hochschulen aufbauen und damit generell fördern kann, größere Beachtung.

Prof. Dr. Horst G. Carus

# Inhaltsverzeichnis

<b>A. Ausgangspunkt, Ziel und Gang der Untersuchung.....</b>	<b>9</b>
1. Ausgangspunkt der Untersuchung.....	9
2. Ziel der Untersuchung .....	9
3. Gang der Untersuchung.....	10
3.1. Struktur der vorliegenden Arbeit.....	10
3.2. Struktur der Benchmarking-Studie.....	11
<b>B. Definition des Begriffs Entrepreneurship.....</b>	<b>14</b>
1. Historische Entwicklung der Definition .....	14
2. Entrepreneurship versus Small Business Management .....	18
3. Entrepreneurship versus Intrapreneurship .....	19
4. Definition im Rahmen der vorliegenden Arbeit.....	21
<b>C. Volkswirtschaftliche Bedeutung des Entrepreneurship .....</b>	<b>22</b>
1. Die Bedeutung des Entrepreneurship aus empirischer Sicht.....	22
1.1. Allgemeine Betrachtung zur Bedeutung des Entrepreneurship .....	24
1.2. Beitrag des Entrepreneurship zu Innovationen.....	25
1.3. Beitrag des Entrepreneurship zum Wirtschaftswachstum .....	27
1.4. Beitrag des Entrepreneurship zur Schaffung von Arbeitsplätzen .....	28
2. Erklärung der Bedeutung des Entrepreneurship durch die ökonomische Theorie.....	30
2.1. Der Beitrag der ökonomischen Theorie im allgemeinen .....	30
2.2. Erklärung des Beitrags des Entrepreneurship zu Innovationen .....	31
2.3. Erklärung des Beitrags des Entrepreneurship zum Wirtschaftswachstum.....	32
2.4. Erklärung des Beitrags des Entrepreneurship zur Schaffung von Arbeitsplätzen .....	32
3. Zusammenfassung und Implikationen für die vorliegende Arbeit.....	33
<b>D. Stand der Forschung in Entrepreneurship .....</b>	<b>34</b>
1. Charakteristika des Forschungsgebiets Entrepreneurship.....	35
1.1. Neuheit des Forschungsgebiets Entrepreneurship .....	35
1.2. Interdisziplinarität des Forschungsgebiets Entrepreneurship .....	35
2. Inhalte der Forschung in Entrepreneurship .....	37
2.1. Bezugsrahmen für die Darstellung der Inhalte der Forschung in Entrepreneurship.....	37
2.1.1. Dimension I: Aggregationsebenen der Betrachtung.....	37
2.1.2. Dimension II: Der unternehmerische Prozeß .....	38
2.1.3. Der zweidimensionale Bezugsrahmen .....	40
2.2. Umweltebene .....	41
2.2.1. Kulturelle Rahmenbedingungen.....	42
2.2.2. Gesetzliche und steuerliche Rahmenbedingungen .....	44
2.2.3. Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur.....	45
2.2.4. Öffentliche Gründungsförderung .....	47

2.2.5. Kapitalmarktstruktur .....	49
2.2.6. Industriestruktur .....	52
2.3. Unternehmensebene .....	54
2.3.1. Strategie.....	54
2.3.2. Marketing .....	57
2.3.3. Finanzen .....	60
2.3.4. Organisation und Führung.....	62
2.4. Individuelle Ebene.....	66
2.4.1. Demographische Charakteristika von Unternehmern .....	66
2.4.2. Eigenschaften von Unternehmern .....	71
2.4.3. Verhalten von Unternehmern .....	75
2.5. Ebenenübergreifende Ansätze der Entrepreneurship-Forschung .....	80
2.5.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse .....	80
2.5.2. Kritische Würdigung .....	86
2.6. Prozeßorientierte und ebenenübergreifende Modelle .....	86
2.6.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse .....	86
2.6.2. Kritische Würdigung .....	88
<b>3. Bewertung der Inhalte der Entrepreneurship-Forschung .....</b>	<b>89</b>
3.1. Bedeutung der verschiedenen Forschungsrichtungen .....	89
3.1.1. Bewertung der ebenenspezifischen Forschungsansätze.....	89
3.1.2. Bewertung ebenenübergreifender Forschungsansätze .....	91
3.1.3. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	92
3.2. Kernprobleme der Entrepreneurship-Forschung .....	93
3.2.1. Abgrenzung des Forschungsgegenstands Entrepreneurship .....	93
3.2.2. Datenlage und Datenerhebung .....	94
3.2.3. Methoden der Entrepreneurship-Forschung.....	95
3.2.4. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	96
<b>4. Institutionalisierung der Entrepreneurship-Forschung in den USA .....</b>	<b>97</b>
4.1. Institutionalisierung der Entrepreneurship-Forschung an Hochschulen.....	97
4.1.1. Entrepreneurship-Departments.....	97
4.1.2. Stiftungslehrstühle in Entrepreneurship .....	97
4.1.3. PhD-Programme in Entrepreneurship .....	99
4.1.4. Entrepreneurship-Zentren an Hochschulen .....	99
4.2. Universitätsunabhängige Forschungszentren .....	100
4.3. Forschungskonferenzen zum Thema Entrepreneurship.....	101
4.4. Akademische Entrepreneurship-Publikationen .....	101
4.4.1. Anzahl akademischer Entrepreneurship-Publikationen .....	101
4.4.2. Qualität der akademischen Entrepreneurship-Publikationen .....	103
4.4.3. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	105
<b>5. Ausblick zur Entwicklung der Entrepreneurship-Forschung .....</b>	<b>105</b>
5.1. Ansatzpunkte zur Verbesserung des Stands der Forschung .....	105
5.1.1. Verbesserung der Forschungsinhalte.....	106
5.1.2. Verbesserung der Institutionalisierung.....	106
5.1.3. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	106
5.2. Entwicklung der Entrepreneurship-Forschung analog zum 'Strategic Management'? .....	107

## **E. Stand der Lehre in Entrepreneurship in den USA..... 109**

<b>1. Bedeutung der Lehre in Entrepreneurship für die Hochschulen .....</b>	<b>109</b>
1.1. Entwicklung des Lehrangebots in Entrepreneurship .....	109
1.2. Gründe für die Ausweitung der Entrepreneurship-Lehre .....	110
1.2.1. Studenteninteresse .....	110
1.2.2. Finanzierungsangebote durch Sponsoren .....	110
1.2.3. Wandel der Gegebenheiten auf dem Arbeitsmarkt .....	110
1.2.4. Kritik an der traditionellen Ausbildung der Business Schools .....	111
1.2.5. Marktdruck durch das Lehrangebot anderer Hochschulen .....	112
1.2.6. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	112
1.3. Ziele der Entrepreneurship-Lehre aus Sicht der Hochschulen .....	113
<b>2. Inhaltliche Ausrichtung des Lehrangebots in Entrepreneurship .....</b>	<b>114</b>
2.1. Lehrbarkeit von Entrepreneurship .....	114
2.2. Modelle der inhaltlichen Ausgestaltung der Entrepreneurship-Lehre .....	115
2.2.1. Prozeßorientierte Lehre .....	115
2.2.2. Ebenenorientierte Lehre .....	117
2.2.3. Kombination von prozeßorientierter und ebenenorientierter Lehre .....	118
2.3. Anforderungen an die Akzeptanz an der Hochschule .....	118
2.4. Koordinationsbedarf der Lehrinhalte .....	118
2.5. Bedeutung der Entrepreneurship-Forschung für die Lehrinhalte .....	119
2.6. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	120
<b>3. Institutionalisierung der Lehre in Entrepreneurship .....</b>	<b>122</b>
3.1. Art der Hochschule und Ausbildungsniveau .....	122
3.1.1. Wirtschaftswissenschaftliche vs. ingenieurwissenschaftliche Fakultäten .....	122
3.1.2. Graduate- vs. Undergraduate-Ausbildung .....	123
3.2. Ausgestaltung des Kursangebots an den Hochschulen .....	124
3.2.1. Anzahl der angebotenen Kurse .....	124
3.2.2. Entrepreneurship als Vertiefungsfach .....	124
3.2.3. Integration in das Kerncurriculum der Hochschulen .....	125
3.2.4. Professoren in der Entrepreneurship-Lehre .....	125
3.2.5. Lehrmethoden .....	126
3.2.6. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	126
<b>4. Erfolge der Lehre in Entrepreneurship .....</b>	<b>126</b>
4.1. Evaluation von Bildungsmaßnahmen .....	127
4.2. Empirischer Befund .....	128
4.2.1. Erfolgsermittlung im Lernfeld .....	128
4.2.2. Erfolgsermittlung im Funktionsfeld .....	128
4.2.3. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	130

## **F. Netzwerk-Aktivitäten der Hochschulen..... 131**

<b>1. Grundlagen .....</b>	<b>131</b>
1.1. Netzwerke im allgemeinen .....	131
1.2. Gründungsnetzwerke .....	131
<b>2. Rolle der Universitäten in Gründungsnetzwerken .....</b>	<b>132</b>
2.1. Der Beitrag der Universitäten im Rahmen des Gründungsnetzwerks .....	133

2.2. Vorteile der Universitäten durch das Gründungsnetzwerk.....	134
<b>3. Ausgestaltung der Gründungsnetzwerke .....</b>	<b>134</b>
3.1. Netzwerk-Akteure .....	134
3.1.1. Netzwerk-Akteure aus Sicht der Business Schools.....	134
3.1.2. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	135
3.2. Netzwerk-Aktivitäten .....	136
3.2.1. Netzwerk-Aktivitäten an den Business Schools.....	136
3.2.2. Ergebnisse der Benchmarking-Studie .....	138

## **G. Schlußfolgerungen für Deutschland .....** 140

<b>1. Fazit zum Stand der Forschung und Lehre in Entrepreneurship in den USA.....</b>	<b>140</b>
1.1. Stand der Forschung.....	140
1.1.1. Inhalte der Forschung.....	140
1.1.2. Institutionalisierung der Forschung.....	141
1.2. Stand der Lehre.....	141
1.2.1. Inhalte der Lehre .....	141
1.2.2. Institutionalisierung der Lehre .....	141
1.3. Netzwerk-Aktivitäten .....	142
<b>2. Gegenwärtige Situation in Deutschland .....</b>	<b>142</b>
2.1. Spezifika der deutschen Hochschullandschaft.....	143
2.2. Gründungsneigung deutscher Hochschulabsolventen .....	143
2.3. Ansätze der Forschung und Lehre in Entrepreneurship in Deutschland.....	144
<b>3. Schlußfolgerungen für Deutschland .....</b>	<b>145</b>
3.1. Schlußfolgerungen für die Forschung in Entrepreneurship.....	145
3.1.1. Inhalte.....	145
3.1.2. Institutionalisierung.....	145
3.2. Schlußfolgerungen für die Lehre in Entrepreneurship .....	145
3.2.1. Inhalte.....	145
3.2.2. Institutionalisierung.....	146
3.3. Schlußfolgerungen für Netzwerk-Aktivitäten .....	147

## **H. Literaturverzeichnis.....** 148

# Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 1:</b> Struktur der vorliegenden Arbeit.....	11
<b>Abbildung 2:</b> Im Rahmen der Benchmarking-Studie besuchte Hochschulen und deren Einstufung in den wichtigsten Hochschulranglisten.....	12
<b>Abbildung 3:</b> Übersicht über wichtige Definitionen .....	17
<b>Abbildung 4:</b> Abgrenzung von Entrepreneurship und Small Business Management .....	19
<b>Abbildung 5:</b> Abgrenzung von Entrepreneurship und Intrapreneurship .....	20
<b>Abbildung 6:</b> Logik der Betrachtung zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Entrepreneurship.....	22
<b>Abbildung 7:</b> Zentrale volkswirtschaftliche Kennzahlen für die USA und Deutschland.....	23
<b>Abbildung 8:</b> Unternehmensgründungen und Stilllegungen in Deutschland, 1990-1996.....	25
<b>Abbildung 9:</b> Relevante Aspekte für die Analyse des Stands der Forschung in Entrepreneurship.....	34
<b>Abbildung 10:</b> Entrepreneurship im Kontext von Grundlagen- und angewandten Wissenschaften .....	36
<b>Abbildung 11:</b> Ansätze zur Phasenunterteilung des unternehmerischen Prozesses .....	39
<b>Abbildung 12:</b> Bezugsrahmen der Entrepreneurship-Forschung .....	40
<b>Abbildung 13:</b> Fondsvolumen von Venture Capital- und Beteiligungsgesellschaften in den USA und in Deutschland, 1991-1995 .....	50
<b>Abbildung 14:</b> Anzahl der Börseneinführungen, USA (nur Venture-Capital-finanzierte Unternehmen) und Deutschland (Gesamtmarkt), 1991-1995 .....	51
<b>Abbildung 15:</b> Anwendbarkeit von Akzeptanztests auf Gründungsunternehmen .....	58
<b>Abbildung 16:</b> Beziehung des neuen Unternehmens zum bisherigen Arbeitgeber .....	68
<b>Abbildung 17:</b> Das „Modell der Organisationsentstehung“ von Learned (1992) .....	81
<b>Abbildung 18:</b> Das Modell von Sandberg (1986).....	83
<b>Abbildung 19:</b> Das Modell von Herron und Robinson (1993).....	84
<b>Abbildung 20:</b> Das „Entrepreneurship Performance Test Model“ von Baum (1995).....	85
<b>Abbildung 21:</b> Das Modell des unternehmerischen Prozesses nach Bygrave (1989) .....	87
<b>Abbildung 22:</b> Bewertung einzelner Forschungsrichtungen anhand der Kriterien „Anzahl der Publikationen“ und „zukünftiges Forschungspotential“ .....	90
<b>Abbildung 23:</b> Bewertung ebenenübergreifender Forschungsansätze .....	91
<b>Abbildung 24:</b> Wichtige Forschungsrichtungen in Entrepreneurship .....	92
<b>Abbildung 25:</b> Gründe für unzureichende inhaltliche Leistungen der Forschung .....	97
<b>Abbildung 26:</b> Anzahl der amerikanischen Hochschulen mit Entrepreneurship-Stiftungslehrstühlen .....	98
<b>Abbildung 27:</b> Entrepreneurship-Zeitschriften und ihr Gründungsjahr .....	102
<b>Abbildung 28:</b> Rangliste der Publikationen, in denen Entrepreneurship-Forschung veröffentlicht wird. ....	104



<b>Abbildung 29:</b> Möglichkeiten zur Verbesserung der Akzeptanz von Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin .....	107
<b>Abbildung 30:</b> Anzahl amerikanischer Universitäten mit Entrepreneurship-Kursen .....	109
<b>Abbildung 31:</b> Gründe für den Anstieg des Lehrangebots in Entrepreneurship .....	112
<b>Abbildung 32:</b> Ziele der Entrepreneurship-Ausbildung aus Sicht der Universitäten .....	114
<b>Abbildung 33:</b> Empfehlenswerte inhaltliche Ausrichtung der Entrepreneurship-Lehre .....	120
<b>Abbildung 34:</b> Inhaltliche Ausrichtung des Lehrangebots der besuchten Hochschulen .....	121
<b>Abbildung 35:</b> Kursangebot auf Graduate- und Undergraduate-Niveau .....	123
<b>Abbildung 36:</b> Das Ebenenmodell zur Evaluierung von Ausbildungsmaßnahmen nach Kirkpatrick .....	127
<b>Abbildung 37:</b> Das Gründungsnetzwerk aus Sicht der Business Schools .....	135
<b>Abbildung 38:</b> Akteure in den von den Business Schools koordinierten Gründungsnetzwerken .....	136
<b>Abbildung 39:</b> Aktivitäten der Business Schools im Rahmen des Gründungsnetzwerks.....	139

# **A. Ausgangspunkt, Ziel und Gang der Untersuchung**

## **1. Ausgangspunkt der Untersuchung**

Die vorliegende Diplomarbeit „Forschung und Lehre in Entrepreneurship - Stand der Disziplin in den USA und Schlußfolgerungen für Deutschland“ greift mit Entrepreneurship ein Thema auf, das sowohl in den USA als auch in Deutschland sehr aktuell ist.

In den USA ist die hohe Bedeutung des Entrepreneurship fest im Bewußtsein der Öffentlichkeit verankert. Erfolgreiche Unternehmer verkörpern gesellschaftliche Ideale und sind in hohem Maße anerkannt. Der Einfluß des Unternehmertums auf die Entwicklung der gesamten Volkswirtschaft ist unumstritten. Ein Aspekt der intensiven Beschäftigung mit dem Unternehmertum ist die Tatsache, daß Entrepreneurship in den USA in den vergangenen Jahrzehnten ein immer wichtiger werdender Bestandteil der Forschung und Lehre an amerikanischen Hochschulen geworden ist.

In Deutschland nimmt Unternehmertum im gesellschaftlichen Bewußtsein einen niedrigeren Stellenwert ein als in den USA. Selbständigkeit ist in geringerem Maße ein gesellschaftliches Ideal, vielmehr dominiert in weiten Kreisen der Bevölkerung Risikoscheu und Sicherheitsstreben. In der letzten Zeit ist allerdings ein verstärktes Interesse an Unternehmertum festzustellen. Die Überzeugung, daß die bestehende Arbeitslosigkeit nur bei verstärkter Gründungsaktivität beseitigt werden kann, setzt sich immer mehr durch. Vielfach wird dabei eine neue „Gründungswelle“ gefordert. Die deutschen Hochschulen spielen bei der Förderung des Entrepreneurship bislang allerdings nur eine untergeordnete Rolle.

## **2. Ziel der Untersuchung**

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird untersucht, welche Rolle die Hochschulen im Bereich Entrepreneurship wahrnehmen können. Ziel ist es, den Stand der Forschung und Lehre in Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin in den USA umfassend darzustellen, zu bewerten und daraus Schlußfolgerungen für Deutschland zu ziehen.

Entrepreneurship hängt, abgesehen von den Aktivitäten der Hochschulen, von einer Vielzahl weiterer Faktoren ab. Diese sind zum Beispiel das Steuersystem, das Anreize zur Unternehmensgründung setzen muß, die Verfügbarkeit von Risikokapital und die Begünstigung des Ausstiegs des Unternehmers aus der von ihm gegründeten Unternehmung. Ferner gewinnen Fragen des Unternehmertums auch für Großunternehmen zunehmend an Gewicht. Obgleich diese Fragen von großer Bedeutung sind, können sie in der vorliegenden Diplomarbeit nur an den Stellen in die Betrachtungen einbezogen werden, wo sie für die universitäre Forschung und Lehre in Entrepreneurship relevant sind.

### **3. Gang der Untersuchung**

#### **3.1. Struktur der vorliegenden Arbeit**

Die vorliegende Diplomarbeit „Forschung und Lehre in Entrepreneurship - Stand der Disziplin in den USA und Schlußfolgerungen für Deutschland“ besteht aus zwei Bänden. Band 1 enthält den Hauptteil, in dem die Ergebnisse der Entrepreneurship-Forschung und die wesentlichen Ergebnisse einer Benchmarking-Studie, die an führenden Business Schools der USA durchgeführt wurde, dargestellt sind. Band 2 enthält eine eigenständige Dokumentation der Ergebnisse dieser Untersuchung.

Band 1 basiert auf einer umfassenden, vorrangig in den USA durchgeführten Literaturrecherche und einer Benchmarking-Studie an führenden amerikanischen Business Schools. Bei der Literaturrecherche wurde versucht, nicht nur Einzelaspekte des Entrepreneurship zu erfassen, sondern ein möglichst umfassendes Spektrum abzudecken. Nur so kann die geleistete Forschung, der Stand der Lehre und das Fach in seiner Gesamtheit analysiert und bewertet werden. Aufgrund der Vielzahl an relevanten Aspekten kann in den einzelnen Kapiteln jedoch nur ein Überblick gegeben werden.

In Teil B werden verschiedene Definitionen des Entrepreneurship diskutiert. Daraus wird eine eigene Definition abgeleitet, die den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit klar umreißt.

In Teil C wird analysiert, ob eine Auseinandersetzung mit der Forschung und Lehre in Entrepreneurship überhaupt gerechtfertigt ist. Zu diesem Zweck wird die volkswirtschaftliche Bedeutung des Entrepreneurship anhand des Beitrags zu Innovationen, zum Wirtschaftswachstum und zur Schaffung von Arbeitsplätzen untersucht.

In Teil D wird der Stand der Forschung in Entrepreneurship aus inhaltlicher und institutioneller Sicht beschrieben. Aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher Forschungsansätze wird dabei zunächst ein Bezugsrahmen entwickelt, anhand dessen die einzelnen Forschungsbereiche strukturiert dargestellt werden können. Anschließend werden die in den einzelnen Forschungsrichtungen erzielten Ergebnisse dargestellt und einer kritischen Würdigung unterzogen.

Teil E befaßt sich mit dem Stand der Lehre in Entrepreneurship in den USA. Neben einer Darstellung der Entwicklung der Lehre werden dabei die in den Kursen vermittelten Inhalte, die Institutionalisierung an den Hochschulen sowie die Erfolge der Entrepreneurship-Ausbildung untersucht.

In Teil F werden die Netzwerk-Aktivitäten der amerikanischen Hochschulen vorgestellt, die neben Forschung und Lehre einen dritten integralen Bestandteil der Entrepreneurship-Aktivitäten der amerikanischen Business Schools bilden.

In Teil G wird ein Fazit zum Stand des Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin in den USA gezogen. Aus diesem Fazit werden Schlußfolgerungen abgeleitet, ob und in welcher Form Entrepreneurship an deutschen Hochschulen Gegenstand von Forschung und Lehre sein sollte.

Abbildung 1 gibt einen Überblick über das im Hauptteil der vorliegenden Arbeit gewählte Vorgehen.

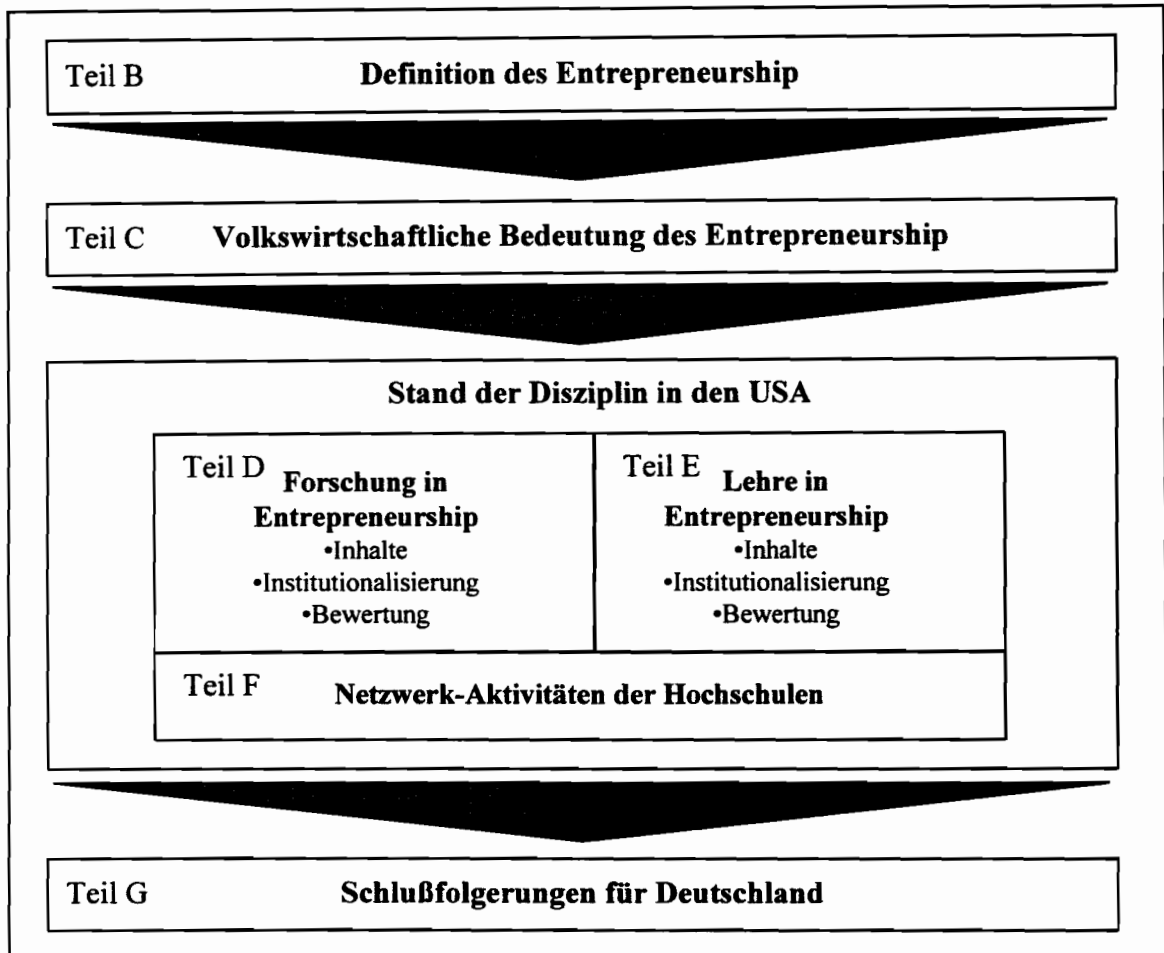


Abbildung 1: Struktur der vorliegenden Arbeit

Band 2 (Dokumentation) basiert ausschließlich auf der an führenden amerikanischen Hochschulen durchgeführten Benchmarking-Studie und enthält eine detaillierte Beschreibung der Methodik der Benchmarking-Studie, die vollständige Auswertung der geführten Interviews und eine umfassende Darstellung der Entrepreneurship-Aktivitäten der einzelnen besuchten Hochschulen.

### 3.2. Struktur der Benchmarking-Studie

Die wesentlichen Ergebnisse der Benchmarking-Studie werden in den folgenden Kapiteln zur Plausibilisierung der anhand der Literatur erarbeiteten Ergebnisse herangezogen. Daher ist es notwendig, die bei der Erstellung der Benchmarking-Studie angewendete Methodik vorab zu erläutern.

Im Rahmen der Benchmarking-Studie wurden im Zeitraum vom 28. April bis 25. Mai 1997 insgesamt 15 im Bereich Entrepreneurship führende amerikanische Business Schools besucht. Diese sind, zusammen mit ihrer Einstufung in den einschlägigen Hochschulranglisten, in Abbildung 2 aufgelistet.

Hochschule	Entrepreneurship-Programm			Business School Business Week Top 20 <sup>4</sup>
	Success Magazine Top 5 <sup>1</sup>	U.S. News & World Report Top 5 <sup>2</sup>	Success Magazine Top 25 <sup>3</sup>	
Babson College	1	1	x	
Baylor University			x	
Cornell University			x	18
Harvard University	3	3	x	4
Massachusetts Institute of Technology (MIT)				9
New York University (NYU)			x	14
Northwestern University (Kellogg)			x	3
San Diego State University (SDSU)			x	
Stanford University		4		7
University of Arizona			x	
University of California at Los Angeles (UCLA)	5	5	x	12
University of Illinois at Chicago (UIC)			x	
University of Michigan				2
University of Southern California (USC)	4		x	
University of Texas at Austin			x	20

Abbildung 2: Im Rahmen der Benchmarking-Studie besuchte Hochschulen und deren Einstufung in den wichtigsten Hochschulranglisten

Um ein differenziertes Bild der Entrepreneurship-Aktivitäten der jeweiligen Hochschulen zu gewinnen, wurden 60 Interviews mit Entrepreneurship-Professoren, Programmverantwortlichen und weiteren in die Forschung und Lehre involvierten Personen geführt.<sup>5</sup> Die Interviews wurden anhand eines strukturierten Fragebogens geführt<sup>6</sup>, wobei jeweils die Themenbereiche Forschung, Lehre und Netzwerk-Aktivitäten der Hochschulen angesprochen wurden.

Bei der Auswertung der Interviews findet je nach Fragestellung eine von zwei Auswertungsmöglichkeiten Anwendung. Bei universitätsspezifischen Fragestellungen (beispielsweise nach der Anzahl der angebotenen Kurse) wird eine Aussage je besuchter Hochschule getroffen. Die Zahl der Untersuchungseinheiten entspricht in diesem Fall der Zahl der besuchten Hochschulen (N = 15), wobei Mehrfachnennungen

<sup>1</sup>Vgl. Callan und Warshaw (1996), S.29ff.

<sup>2</sup>Vgl. o.V. (1997): *America's best graduate schools*, S.29.

<sup>3</sup>Vgl. Callan und Warshaw (1996), S.29ff.

<sup>4</sup>Vgl. Byrne et al. (1996), S.47ff.

<sup>5</sup>Die Liste der Gesprächspartner findet sich in Band 2, Kapitel B.3.2.

<sup>6</sup>Der verwendete Interviewleitfaden findet sich in Band 2, Kapitel B.3.1.

möglich waren. Prozentangaben beziehen sich in diesem Fall immer auf die Gesamtzahl der besuchten Hochschulen (**100% = 15 Hochschulen**).

Bei Fragen zu hochschulübergreifenden Themen (beispielsweise nach Problemen des Forschungsgebiets insgesamt) erfolgt dagegen eine Zählung der Nennungen in den einzelnen Interviews. Stichprobenumfang ist bei diesen Fragen die Gesamtzahl der Gesprächspartner (N = 60), wobei Mehrfachnennungen möglich waren. Prozentangaben beziehen sich in diesen Fällen immer auf die Gesamtzahl aller Gesprächspartner (**100% = 60 Gesprächspartner**). Um zu verdeutlichen, wieviele der Gesprächspartner zu den einzelnen Themen Stellung genommen haben, wird bei diesen Fragen zusätzlich die Gesamtzahl der antwortenden Personen mit angegeben (**A = Anzahl der Personen, die mindestens einen Punkt benennen konnten**).

## B. Definition des Begriffs Entrepreneurship

Die Begriffe 'Entrepreneurship' und 'Entrepreneur' sind nicht eindeutig definiert.<sup>7</sup> Im folgenden werden die deutschen Bezeichnungen „Unternehmertum“ bzw. „Unternehmer“ synonym mit diesen Begriffen verwendet.

Der Begriff 'Entrepreneur' wurde vor mehr als zwei Jahrhunderten erstmals verwendet. Zunächst wurden aus der Ökonomie heraus Unternehmer durch die von ihnen wahrgenommenen volkswirtschaftlichen Funktionen definiert („Welche Funktion erfüllt ein Unternehmer?“). Im Laufe der 50er und 60er Jahre des 20. Jahrhunderts wurde die Forschung von der personen- bzw. eigenschaftsorientierten Sichtweise („Welche Eigenschaften hat ein Unternehmer?“) dominiert. Daraus wurden jedoch keine Definitionen abgeleitet. Seitdem hat sich das Verständnis von Entrepreneurship tiefgreifend verändert. Im Laufe der 80er und 90er Jahre haben sich prozeßorientierte Ansätze mehr und mehr durchgesetzt („Was macht ein Unternehmer?“).

Zahlreiche Autoren sehen im fehlenden Konsens über die Definition einen der Hauptgründe, warum bislang keine konsistente Theorie des Entrepreneurship entwickelt werden konnte.<sup>8</sup> Wieder andere halten das Fehlen einer einheitlichen Definition in einer jungen Disziplin für normal und sehen darin eher eine Chance, da dem Fach in seinem frühen Stadium dadurch breitere Entwicklungswege offen stehen.<sup>9</sup>

Im folgenden wird zunächst dargestellt, wie die Definition von Entrepreneurship im Laufe der Zeit verändert bzw. weiterentwickelt wurde. Danach wird Entrepreneurship von den Begriffen 'Small Business Management' und 'Intrapreneurship' abgegrenzt. Es folgt schließlich die von den Verfassern der vorliegenden Diplomarbeit zugrunde gelegte Definition des Entrepreneurship.

### 1. Historische Entwicklung der Definition

Bereits im Jahre 1734 wurde in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur von Richard Cantillon erstmals der Begriff 'Entrepreneur' verwendet.<sup>10</sup> Er versteht darunter Personen, die wirtschaftlich selbständig (d.h. nicht abhängig beschäftigt) sind<sup>11</sup> und die unternehmerisches Wissen unter Unsicherheit einsetzen.<sup>12</sup> Die Unsicherheit resultiert daraus, daß heute Produktionsfaktoren zu gegebenen Preisen beschafft werden, während der Absatzpreis für die erstellten und zukünftig abzusetzenden Leistungen ungewiß ist.<sup>13</sup>

<sup>7</sup>Vgl. Bull und Willard (1993), S.183; Vgl. Carsrud, Olm und Eddy (1985), S.367; Vgl. Gartner (1985), S.697; Vgl. Gartner (1988), S.11; Vgl. Hornaday (1990), S.22, Vgl. Katz, Brockhaus und Hills (1993), S.197; Vgl. Kent (1984), S.2; Vgl. Kirchhoff (1991), S.109; Vgl. Wortman (1987), S.260.

<sup>8</sup>Vgl. Bull und Willard (1993), S.183; Vgl. Carsrud, Olm und Eddy (1985), S.367; Vgl. Kirchhoff (1991), S.109; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.141.

<sup>9</sup>Vgl. Stearns und Hills (1996), S.2.

<sup>10</sup>Vgl. Cantillon (1734), S.7; Vgl. Bull und Willard (1993), S.183; Vgl. Long (1983), S.48.

<sup>11</sup>Vgl. Long (1983), S.48.

<sup>12</sup>Vgl. Bull und Willard (1993), S.183.

<sup>13</sup>Vgl. Kilby (1971), S.2; Vgl. Stevenson (1989), S.167.

Say (1816) sieht die Aufgabe des Unternehmers darin, Produktionsfaktoren effizient zu kombinieren, den Kombinationsprozeß zu steuern, und das involvierte Risiko zu tragen.<sup>14</sup>

Auch Knight (1921) bezeichnet das Tragen von Risiko und Unsicherheit als zentrale Funktion eines Unternehmers.<sup>15</sup> Ein Unternehmer ist zudem (zumindest teilweise) Eigentümer des Unternehmens, in dem er operiert.<sup>16</sup> Gründung bzw. Aufbau eines Unternehmens werden von Knight nicht als konstitutive Merkmale eines Unternehmers genannt.<sup>17</sup>

Schumpeter (1934) behauptet, daß wirtschaftlicher Fortschritt und Wachstum dann zustande kommen, wenn Innovationen (d.h. neue Kombinationen) zu Entwicklungsbrüchen führen.<sup>18</sup> Diese „kreative Zerstörung“ resultiert in ökonomischen Ungleichgewichtszuständen. Unter neuen Kombinationen versteht Schumpeter eine der folgenden Veränderungen:<sup>19</sup> Die Einführung eines neuen Produkts oder einer neuen Produktqualität (Produktinnovation), die Einführung neuer Produktionsverfahren (Prozeßinnovation), die Eröffnung neuer Märkte (Marktinnovation), die Erschließung neuer Rohstoffquellen (Faktorinnovation) oder die Reorganisation einer Branche (organisatorische Innovation). Die Umsetzung einer neuen Kombination bezeichnet Schumpeter als unternehmerische Aktivität; Individuen, die diese Aufgabe übernehmen, sind Unternehmer.<sup>20</sup> Ist die neue Kombination vollzogen, z.B. durch den Aufbau entsprechender Produktionsanlagen oder durch die Gründung eines Unternehmens, ist die Person, die das „Tagesgeschäft“ führt, als Manager und nicht als Unternehmer zu bezeichnen.<sup>21</sup> Unternehmer kann nach Schumpeters Definition auch derjenige sein, der in einem Unternehmen abhängig beschäftigt ist, nämlich dann, wenn er Innovationen hervorbringt.<sup>22</sup> Investoren (z.B. Venture Capitalists) sind gemäß dieser Definition genauso wenig Unternehmer wie Individuen, die ein Unternehmen kaufen oder auf andere Weise übernehmen (z.B. durch Erbschaft).

Kirzners (1973) Definition eines Unternehmers widerspricht der Schumpeterschen Definition dahingehend, daß Unternehmer seiner Ansicht nach durch Arbitrage Marktungleichgewichte ausnutzen und dabei als stabilisierende (und nicht als zerstörende) Kraft wirken.<sup>23</sup> Kirzner sieht die Funktion des Unternehmers in der Identifikation von Chancen und betont damit den ersten Schritt unternehmerischen Handelns.<sup>24</sup> Die Gründung eines Unternehmens bzw. den Aufbau einer Organisation hält er nicht für

<sup>14</sup> Vgl. Kilby (1971), S.2; Vgl. Long (1983), S.48; Vgl. Stevenson (1989), S.167.

<sup>15</sup> Vgl. Knight (1967), S.268.

<sup>16</sup> Vgl. Knight (1967), S.304; Vgl. Long (1983), S.51.

<sup>17</sup> Vgl. Long (1983), S.51.

<sup>18</sup> Vgl. Schumpeter (1934), S.66; Vgl. Bull und Willard (1993), S.185; Vgl. Kilby (1971), S.3; Vgl. Lydall (1992), S.67.

<sup>19</sup> Vgl. Bull und Willard (1993), S.185; Vgl. Kent (1984), S.3; Vgl. Kirchhoff (1991), S.104; Vgl. Lydall (1992), S.67; Vgl. Pusateri (1984), S.6.

<sup>20</sup> Vgl. Schumpeter (1934), S.74; Vgl. Cunningham und Lischeron (1991), S.45; Vgl. Stevenson (1989), S.167.

<sup>21</sup> Vgl. Lydall (1992), S.68.

<sup>22</sup> Vgl. Bull und Willard (1993), S.185.

<sup>23</sup> Vgl. Kirzner (1973), S.13f.; Vgl. Long (1983), S.53; Vgl. Lydall (1992), S.70.

<sup>24</sup> Vgl. Kirzner (1982), S.273.



eine unternehmerische, sondern für eine normale Management-Aufgabe.<sup>25</sup> In Kirzners Definition wird der Begriff des 'Entrepreneurs' erstmals an einer bestimmten Stufe des unternehmerischen Prozesses, der Identifikation von Chancen, festgemacht.

Gartner (1985) bezeichnet diejenigen Personen als Unternehmer, die ein neues Unternehmen gründen.<sup>26</sup> Entrepreneurship ist damit als Prozeß der Gründung von Unternehmen zu bezeichnen,<sup>27</sup> was neben der Chancenidentifikation eine weitere Phase des unternehmerischen Prozesses betont. Individuen, die ein Unternehmen kaufen oder auf andere Weise erwerben, sind nach Gartners Definition keine Unternehmer.

In Anknüpfung an diese ersten Ansätze, Entrepreneurship über die ausgeführten Tätigkeiten zu definieren, fordert Gartner (1988), daß die Forschung sich auf die Tätigkeit eines Unternehmers und nicht auf dessen (abstrakte) Funktionen oder persönliche Eigenschaften konzentrieren sollte.<sup>28</sup> Er vertritt die Ansicht, daß Entrepreneurship dann aufhört, wenn ein Unternehmen gegründet und eine Organisation aufgebaut ist.<sup>29</sup> Die danach auftretenden Fragestellungen sollten anderen wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen wie Strategie, Organisation, Unternehmenspolitik oder Innovationsmanagement überlassen werden.<sup>30</sup>

Stevenson (1989) prägte die als „Harvard-Ansatz“ bekannte Definition des Entrepreneurship. Entrepreneurship ist demnach die Verfolgung einer Chance ohne Berücksichtigung der zu diesem Zeitpunkt verfügbaren Ressourcen.<sup>31</sup> Der Begriff „Chance“ hat dabei zwei Komponenten: Erstens beinhaltet eine Chance einen angestrebten zukünftigen Zustand, der sich vom gegenwärtigen unterscheidet. Zweitens beinhaltet eine Chance den Glauben, daß dieser Zustand erreicht werden kann.<sup>32</sup> Stevenson betont, daß diese Definition bewußt einen sehr weiten Rahmen setzt, der z.B. auch Personen als Unternehmer anerkennt, die in etablierten Großunternehmen arbeiten.<sup>33</sup> Gemäß dieser Definition ist Entrepreneurship ein allgemeiner Management-Ansatz.<sup>34</sup> Obwohl die Definition impliziert, daß die Gründung eines Unternehmens kein konstitutives sondern nur ein mögliches Merkmal von Entrepreneurship ist, liegt der Schwerpunkt auf Gründungsunternehmen.<sup>35</sup>

Bygrave und Hofer (1991) ziehen hinsichtlich der Definition eines Unternehmers bzw. des Unternehmertums eine Parallele zur Entwicklung der Definition des strategischen

<sup>25</sup> Vgl. Kirzner (1973), S.17; Vgl. Kirzner (1982), S.273; Vgl. Long (1983), S.53; Vgl. Cunningham und Lischeron (1991), S.45.

<sup>26</sup> Vgl. Gartner (1985), S.697.

<sup>27</sup> Vgl. Gartner (1985), S.697; Vgl. Cunningham und Lischeron (1991), S.45; Vgl. Long und MacMillan (1988), S.141; Vgl. Wortman (1987), S.260.

<sup>28</sup> Vgl. Gartner (1988), S.21.

<sup>29</sup> Vgl. Gartner (1988), S.26.

<sup>30</sup> Vgl. Bygrave (1995), S.4.

<sup>31</sup> Vgl. Stevenson (1989), S.168; in Stevenson (1985), S.12ff. finden sich bereits erste konzeptionelle Schritte auf dem Weg zu dieser Definition.

<sup>32</sup> Vgl. Stevenson (1993), S.3.

<sup>33</sup> Vgl. Stevenson (1993), S.3. In einem der Interviews merkte einer der Gesprächspartner an, daß Stevensons Definition so weit ginge, daß ihr zufolge auch Bankräuber als Unternehmer gelten.

<sup>34</sup> Vgl. Stevenson (1989), S.176; Wortman (1987), S.261.

<sup>35</sup> Vgl. Stevenson (1989), S.176.

Management.<sup>36</sup> Sie vertreten die Ansicht, daß die Forschungsarbeit im Bereich Strategie erst seit Mitte der 60er Jahre an Qualität gewonnen hat, als sich das Verständnis von einer personenorientierten („Wer ist ein Manager? Welche Eigenschaften hat ein Manager?“) zu einer prozeßorientierten Sicht weiterentwickelte („Welche Schritte werden im Rahmen der strategischen Planung durchlaufen? Was macht ein Manager?“). Sie schließen daraus, daß ein solcher Wandel auch für den Bereich Entrepreneurship sinnvoll wäre, und kommen zu folgenden Definitionen:<sup>37</sup>

1. Ein unternehmerisches Ereignis (‘entrepreneurial event’) beinhaltet die Schaffung einer neuen Organisation zur Verfolgung einer Chance.
2. Der unternehmerische Prozeß (‘entrepreneurial process’) beinhaltet alle Funktionen und Aktivitäten, die mit der Erkennung von Chancen und der Schaffung einer Organisation zu deren Wahrnehmung zusammenhängen.

Daraus ergibt sich, daß Unternehmer Individuen sind, die Chancen erkennen und eine Organisation zu deren Wahrnehmung aufbauen.<sup>38</sup>

Autor	Funktionsorientiert	Prozeßorientiert
Cantillon (1734)	Tragen von Risiko	
Say (1816)	Tragen von Risiko, Kombination von Produktionsfaktoren	
Knight (1921)	Tragen von Risiko	
Schumpeter (1936)	Innovation (Hervorbringung neuer Kombinationen)	
Kirzner (1973)	Befriedigung von Bedürfnissen, effiziente Produktion	Identifikation von Arbitragemöglichkeiten
Gartner (1985)		Gründung eines Unternehmens, Aufbau einer Organisationsstruktur
Stevenson (1989)		Verfolgung von Chancen ohne Berücksichtigung der zu diesem Zeitpunkt verfügbaren Ressourcen
Bygrave und Hofer (1989)		Identifikation von Chancen, Aufbau einer Organisation
Hoy (1995)		Ideengenerierung, Identifikation von Chancen, Gründung, Aufbau einer Organisationsstruktur, Wachstum, Austritt

Abbildung 3: Übersicht über wichtige Definitionen<sup>39</sup>

<sup>36</sup> Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.14.

<sup>37</sup> Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.14.

<sup>38</sup> Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.14.

<sup>39</sup> Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.14; Vgl. Cantillon (1734), S.7; Vgl. Gartner (1985), S.697; Vgl. Hoy (1995), S.146; Vgl. Kirzner (1973), S.13f.; Vgl. Knight (1921), S.37ff.; Vgl. Say (1816), S.28f.; Vgl. Schumpeter (1936), S.132; Vgl. Stevenson (1989), S.168.

Versteht man Entrepreneurship als Prozeß, so stellt sich die Frage, was der Anfangs- bzw. der Endpunkt des unternehmerischen Prozesses ist.<sup>40</sup> Einige Autoren, z.B. Hoy (1995), vertreten die Ansicht, daß das gesamte Spektrum von der Ideengenerierung bis hin zum Austritt ('exit') des Unternehmers in der Definition enthalten sein sollte.<sup>41</sup> Andere Autoren halten einige der Phasen für nicht zwingend erforderlich oder schließen sie gar explizit aus. Cunningham und Lischeron (1991) vertreten die Ansicht, daß Entrepreneurship endet und Management beginnt, sobald in einem Unternehmen die Koordination nicht mehr durch persönliche Weisung sondern durch formale Führungssysteme erfolgt (z.B. eine systematische operative und strategische Planung).<sup>42</sup>

Abbildung 3 gibt einen Überblick über wichtige Definitionen der Begriffe Entrepreneurship und Entrepreneur im Zeitablauf. An den verwendeten Definitionsmerkmalen läßt sich der Übergang von der funktions- zur prozeßorientierten Sichtweise erkennen.

## 2. Entrepreneurship versus Small Business Management

Wie der Begriff Entrepreneurship ist auch 'Small Business Management' nicht eindeutig definiert. Dasselbe gilt für den Begriff „kleine und mittlere Unternehmen“, für den sich in den statistischen Auswertungen verschiedener Länder rund 50 unterschiedliche Definitionen finden.<sup>43</sup>

Die Abgrenzung zwischen Entrepreneurship und Small Business Management ist unscharf.<sup>44</sup> Einige Autoren verwenden die Begriffe synonym<sup>45</sup> oder weisen zumindest darauf hin, daß Small Business Management eine der vielen Disziplinen sei, die in Entrepreneurship einfließen.<sup>46</sup>

Die meisten Autoren kommen jedoch zu dem Ergebnis, daß sich Entrepreneurship von 'Small Business Management' in wichtigen Punkten unterscheidet.<sup>47</sup> Entrepreneurship befaßt sich laut Bygrave (1995) ausschließlich mit Unternehmen, die Innovations- und Wachstumspotential aufweisen,<sup>48</sup> und impliziert Wertmaximierung als eines der vorrangigen unternehmerischen Ziele. Carland et al. (1984) sehen zwei gemeinsame Charakteristika von Unternehmern ('entrepreneurs') und Managern kleiner und mittlerer Unternehmen ('small business managers'): Sie sind beide Gründer und (zumindest teilweise) Eigentümer des Unternehmens. Der Unterschied besteht nach Meinung dieser Autoren darin, daß erstere Gewinn- und Wachstumsziele, letztere hingegen überwiegend persönliche Ziele (wie z.B. Unabhängigkeit) verfolgen.<sup>49</sup>

<sup>40</sup> Vgl. Gartner (1988), S.26.

<sup>41</sup> Vgl. Hoy (1995), S.146.

<sup>42</sup> Vgl. Cunningham und Lischeron (1991), S.52; Weber (1995), S.29ff., geht auf die einzelnen Führungssysteme im Detail ein.

<sup>43</sup> Vgl. Curran, Stanworth und Watkins (1986), S.82.

<sup>44</sup> Vgl. Amit, Glosten und Muller (1993), S.822; Vgl. Gartner (1988), S.23; Vgl. Hornaday (1990), S.22ff.

<sup>45</sup> Vgl. Banks und Taylor (1991), S.13, die in einer empirischen Studie wegen der unklaren Inhalte beide Begriffe in eine gemeinsame Kategorie einstufen.

<sup>46</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.141; Vgl. Wortman (1985), S.273ff.

<sup>47</sup> Vgl. Hoy und Carland (1983), S.157ff.

<sup>48</sup> Vgl. Bygrave (1995), S.2.

<sup>49</sup> Vgl. Carland et al. (1984), S.354ff.; Vgl. Twaalfhoven (1993), S.9.

Bygrave hält die Auseinandersetzung mit Fragen des Small Business Management innerhalb der Disziplin Entrepreneurship für nicht zielführend, da diese Kleinunternehmen ihrer Umwelt weitgehend passiv unterliegen und selbige nicht proaktiv gestalten (im Sinne von Schumpeters „kreativer Zerstörung“).<sup>50</sup>

Basierend auf den erörterten Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen Entrepreneurship und Small Business Management läßt sich die in Abbildung 4 dargestellte Abgrenzung ableiten.

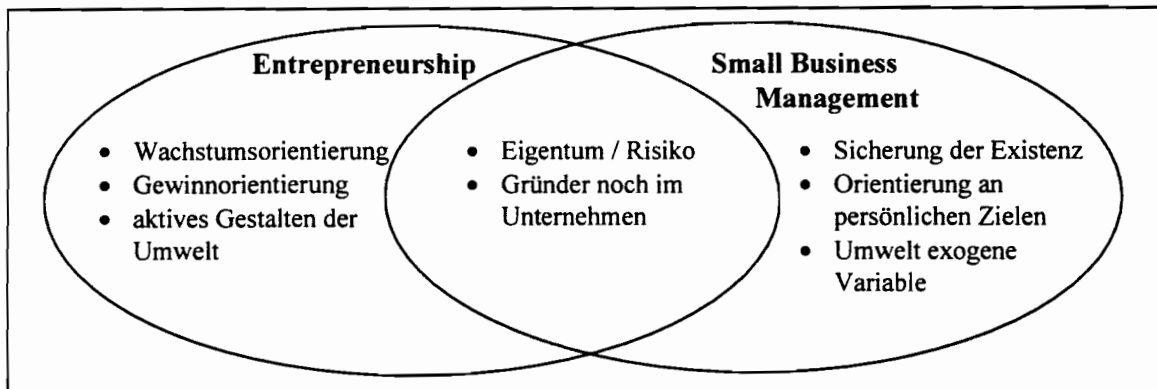


Abbildung 4: Abgrenzung von Entrepreneurship und Small Business Management

Zudem bietet sich eine Trennung zwischen den beiden Begriffen Entrepreneurship und Small Business Management aus prozeßorientierter Sicht an. Der Prozeß Entrepreneurship endet, wenn nach der Gründung des Unternehmens eine Stagnation eintritt und das Unternehmen folglich klein bleibt. Ab diesem Zeitpunkt setzt Small Business Management ein. Wenn das Unternehmen nach der Gründung dagegen wächst, endet Entrepreneurship mit der Einführung formaler Führungsstrukturen. Ab diesem Zeitpunkt beginnt Management.<sup>51</sup>

In statistischen Untersuchungen zum Thema Entrepreneurship muß aus zwei Gründen häufig dennoch auf kleine und mittlere Unternehmen als Approximation für Entrepreneurship zurückgegriffen werden:

1. Gründungsunternehmen werden nur einmal in der Gründungsstatistik aufgeführt. In Folgejahren finden sie sich in Statistiken als kleines bzw. mittleres Unternehmen wieder. Das Phänomen Entrepreneurship läßt sich also nur in der Phase der tatsächlichen Gründung als solches beobachten.
2. Gründungsstatistiken sind oftmals von ausgesprochen schlechter Qualität.<sup>52</sup>

### 3. Entrepreneurship versus Intrapreneurship

Eine weitere zentrale Frage ist, ob Entrepreneurship Selbständigkeit und damit investiertes Eigenkapital des Unternehmers erfordert.<sup>53</sup> Einige Definitionen von Entrepreneurship, wie z.B. die von Stevenson (1989), zielen bewußt darauf ab, auch

<sup>50</sup> Vgl. Bygrave (1995), S.9.

<sup>51</sup> Vgl. Cunningham und Lischeron (1991), S.52.

<sup>52</sup> Vgl. Kiefl (1993), S.211; Vgl. Manstedten und Klandt (1995), S.280.

<sup>53</sup> Vgl. Cunningham und Lischeron (1991), S.53; Vgl. Reinhard (1989), S.10.; Vgl. Stearns und Hills (1996), S.2.

unternehmerisches Handeln im Rahmen gegebener Strukturen in einem etablierten Großunternehmen einzubeziehen.<sup>54</sup> Dies wird als Intrapreneurship bezeichnet.<sup>55</sup> Andere Autoren sehen einen fundamentalen Unterschied zwischen Entrepreneurship und Intrapreneurship. Nach Bygrave (1995) riskiert ein Unternehmer sein gesamtes Einkommen, einen erheblichen Teil seines Vermögens und seine Karriere.<sup>56</sup> Das Unternehmen hängt unmittelbar von der Person des Unternehmers ab. Bei Intrapreneuren sind diese Eigenschaften nicht vorhanden. Abbildung 5 faßt die Gemeinsamkeiten und Unterschiede graphisch zusammen.

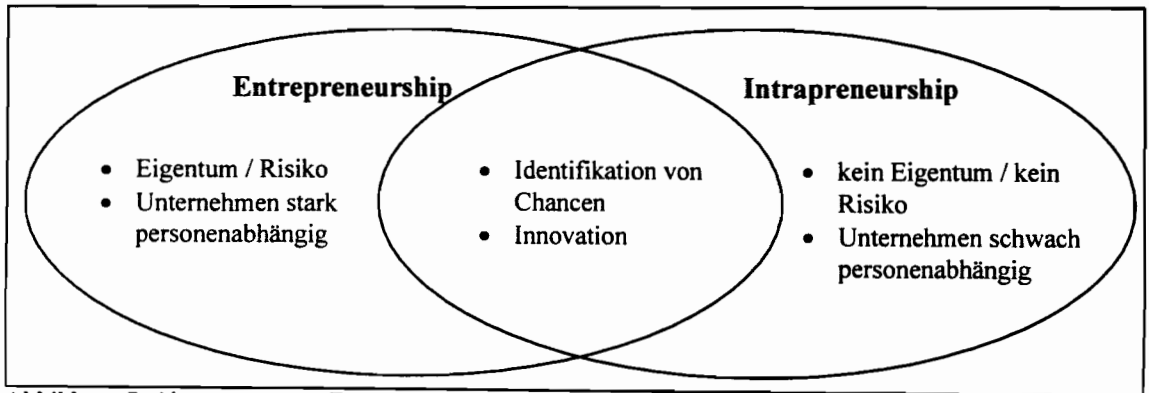


Abbildung 5: Abgrenzung von Entrepreneurship und Intrapreneurship

Obwohl Intrapreneurship in den letzten Jahren in Theorie und Praxis stark an Bedeutung gewonnen hat und umfassend in eigenständiger Literatur diskutiert wird<sup>57</sup>, wird das Themengebiet im Rahmen der vorliegenden Diplomarbeit nicht betrachtet.

<sup>54</sup> Vgl. Stevenson (1989), S.166ff.

<sup>55</sup> Vgl. Bitzer (1991), S.17ff.

<sup>56</sup> Vgl. Bygrave (1995), S.6.

<sup>57</sup> Vgl. Stevenson (1989), S.166; Als Beispiel sei hier genannt: Bitzer (1991).

#### **4. Definition im Rahmen der vorliegenden Arbeit**

Die herrschende Definitionsvielfalt und Ungenauigkeit der Abgrenzung zwischen Entrepreneurship, Small Business Management und Intrapreneurship erschwert eine fokussierte Betrachtung des Themas Entrepreneurship.

Um das Thema für die vorliegende Diplomarbeit sinnvoll einzugrenzen und einen Beitrag zur genaueren Begriffsbestimmung von Entrepreneurship zu leisten, wird daher im Rahmen der Diplomarbeit folgende Definition von Entrepreneurship verwendet:

Entrepreneurship ist „der unternehmerische Prozeß“. Dieser beginnt mit der Ideengenerierung, umfaßt zwingend die Gründung eines Unternehmens und endet mit dem Aufbau formaler Führungssysteme oder der dem vorzeitigen Austritt des Gründers (bzw. der Gründer). Daneben erfordert Entrepreneurship zwei zusätzliche Merkmale:

1. Unternehmer sind (zumindest teilweise) Eigentümer des Unternehmens in dem sie agieren und tragen somit unternehmerisches Risiko.
2. Unternehmer streben Wachstum an und zielen auf Gewinn- und Wertmaximierung ab.

Small Business Management und Intrapreneurship werden folglich ausgegrenzt.

## C. Volkswirtschaftliche Bedeutung des Entrepreneurship

Der folgende Teil C versucht die Frage zu beantworten, inwieweit Entrepreneurship von volkswirtschaftlicher Bedeutung ist, um auf dieser Basis eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema zu rechtfertigen.

Die Messung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Entrepreneurship erfolgt anhand der zentralen makroökonomischen Variablen Innovation, Wirtschaftswachstum und Anzahl geschaffener Arbeitsplätze. Sowohl im empirischen als auch im theoretischen Teil folgt die Argumentation der in Abbildung 6 dargestellten Logik.<sup>58</sup>

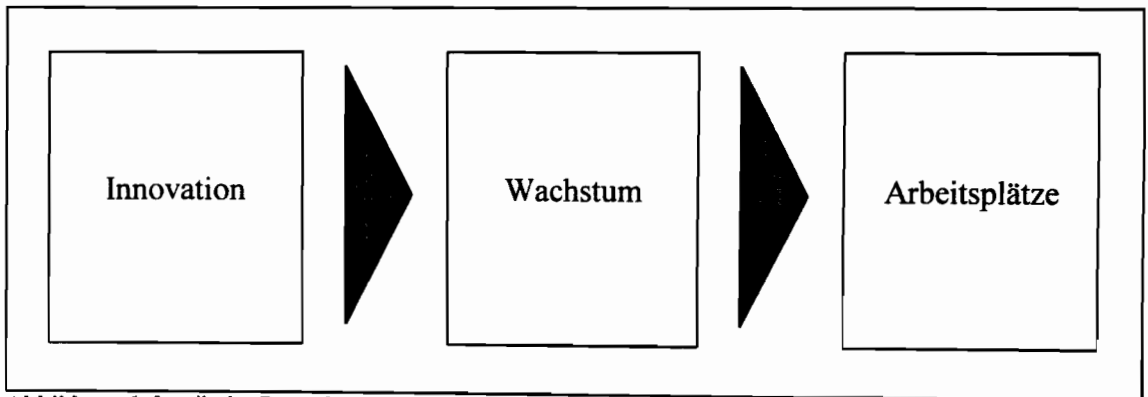


Abbildung 6: Logik der Betrachtung zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Entrepreneurship

Kapitel 1 stellt die Ergebnisse empirischer Studien dar, die den Beitrag des Entrepreneurship zu Innovationen, zum Wirtschaftswachstum und zur Schaffung von Arbeitsplätzen untersuchen. Die Darstellung erfolgt für die USA und für Deutschland. Kapitel 2 faßt zusammen, inwieweit theoretische Forschungsergebnisse den empirischen Befund erklären können. In Kapitel 3 werden schließlich die Ergebnisse zusammengefaßt und Schlußfolgerungen für die vorliegende Diplomarbeit gezogen.

### 1. Die Bedeutung des Entrepreneurship aus empirischer Sicht

Die in den folgenden Kapiteln diskutierten empirischen Ergebnisse beziehen sich - gemäß der Themenstellung der vorliegenden Diplomarbeit - nur auf die USA und auf Deutschland.

Bei den folgenden Ausführungen gilt es jedoch folgende Punkte zu beachten:

1. Absolute Größen (z.B. die Anzahl an Unternehmensgründungen) müssen vor dem Hintergrund gesehen werden, daß die amerikanische Volkswirtschaft mehr als dreimal so groß ist wie die deutsche. Um einen Vergleich zu ermöglichen, gibt Abbildung 7 einen Überblick über zentrale volkswirtschaftliche Kennzahlen beider Länder.

<sup>58</sup> Vgl. Kirchhoff (1991), S.96ff.

Kennzahl	Jahr	USA	Deutschland
Bevölkerung	1995	263,0 Mio.	81,6 Mio.
Erwerbstätige Bevölkerung	1995	132,3 Mio.	39,2 Mio.
Arbeitslose	1996	7,4 Mio.	4,0 Mio.
Arbeitslosenquote	1996	5,6 %	11,5 %
Bruttoinlandsprodukt	1996	DM 11.135 Mio.	DM 3.540 Mio.
Reales Wirtschaftswachstum	1996	2,4 %	1,3 %

Abbildung 7: Zentrale volkswirtschaftliche Kennzahlen für die USA und Deutschland<sup>59</sup>

- Bei empirischen Studien zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Entrepreneurship wird zum weit überwiegenden Teil auf die Gesamtheit kleiner und mittlerer Unternehmen als Approximation zurückgegriffen.<sup>60</sup> Darin sind nicht nur neu gegründete Unternehmen, sondern auch viele Unternehmen enthalten, die schon seit langer Zeit bestehen. Zwar existieren sowohl in den USA als auch in Deutschland gesonderte Gründungsstatistiken, diese erfassen jedoch gegründete Unternehmen nur im Jahr der Gründung und verfolgen deren Wachstum oder Scheitern nicht weiter. Daten für Längsschnittanalysen fehlen in vielen Fällen.<sup>61</sup> Die Statistiken für kleine und mittlere Unternehmen hingegen ermöglichen es, zumindest die Entwicklung bestimmter Größenklassen von Unternehmen über lange Zeiträume nachzuvollziehen. Diese Klassen orientieren sich an der Anzahl der Mitarbeiter (z.B. 1-20, 21-50, 51-100 etc.). Es bleibt festzuhalten, daß solche approximativen empirischen Messungen zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Entrepreneurship teilweise mit systematischen Problemen behaftet sind.
- Die Statistiken zu kleinen und mittleren Unternehmen basieren in den USA und in Deutschland zum Teil auf unterschiedlichen Definitionen. Beispielsweise werden in der häufig verwendeten Publikation der amerikanischen 'Small Business Association' ('The State of Small Business - A Report of the President'<sup>62</sup>) nur Unternehmen erfaßt, die neben dem Unternehmer mindestens einen Beschäftigten aufweisen. Einpersonenernehmen werden also nicht erfaßt. Die Statistiken des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM, Bonn)<sup>63</sup>, die die wichtigste Quelle für deutsche Gründungsdaten bilden, enthalten hingegen auch Einpersonengründungen. Die vorhandenen Daten sind daher nur eingeschränkt vergleichbar.

<sup>59</sup> Daten für die USA aus o.V. (1997): *International Financial Statistics*, S.708ff.; Daten für Deutschland aus o.V. (1997): *International Financial Statistics*, S.304ff.

<sup>60</sup> Vgl. Kirchhoff (1991), S.102.

<sup>61</sup> Kiefl (1993), S.211, sowie Manstedten und Klandt (1995), S.280f., weisen für Deutschland zudem auf die schlechte Qualität der Daten in Gründungsstatistiken hin.

<sup>62</sup> Vgl. o.V. (1985): *The State of Small Business - A Report of the President*; Vgl. o.V. (1990): *The State of Small Business - A Report of the President*; Vgl. o.V. (1993): *The State of Small Business - A Report of the President*.

<sup>63</sup> Beispielsweise o.V. (1997): *Gründungen und Liquidationen in Deutschland*.



4. Empirische Studien liegen häufig einige Jahre zurück und sind folglich nur bedingt aussagekräftig, um ein dynamisches Phänomen wie Entrepreneurship zu erklären.
5. Die Ergebnisse empirischer Studien hängen vom Konjunkturzyklus ab. Da die Konjunkturzyklen der USA und Deutschlands nur mit Einschränkungen parallel verlaufen, können sich aus dem Zeitpunkt der Betrachtung Verzerrungen ergeben.<sup>64</sup>

### 1.1. Allgemeine Betrachtung zur Bedeutung des Entrepreneurship

In den USA wie in Deutschland stellen kleine Unternehmen (weniger als 20 Mitarbeiter) jeweils fast 90% der Gesamtzahl an Unternehmen dar.<sup>65</sup> Großunternehmen (mit mehr als 500 Mitarbeitern) machen nur 0,28% (USA) bzw. 0,16% (Deutschland) der absoluten Zahl aller Unternehmen aus. Im Jahr 1990 hatten in den USA mehr als die Hälfte aller abhängig Beschäftigten ihren Arbeitsplatz in kleinen und mittleren Unternehmen (weniger als 500 Mitarbeiter). In Deutschland lag dieser Anteil sogar bei rund zwei Dritteln.<sup>66</sup>

Im Jahr 1992 wurden in den USA rund 870.000 Unternehmen gegründet bzw. von neuen Eigentümern übernommen.<sup>67</sup> Dem standen im selben Jahr ca. 819.000 Unternehmensaufgaben gegenüber.<sup>68</sup> In Deutschland stieg die Zahl der Gründungen nach der Wiedervereinigung um ungefähr 60% an und hält sich seit 1991 auf einem Niveau von mehr als 500.000 neuen Unternehmen per annum. Dem steht allerdings auch ein starker Anstieg der Zahl der Unternehmensstillegungen gegenüber, die sich von rund 270.000 pro Jahr (in den Jahren bis 1989) auf ca. 450.000 im Jahr 1996 erhöhte.<sup>69</sup> In den USA wie in Deutschland äußern sich deutlich weniger als 10% der Unternehmensstillegungen in Form von Konkurs- oder Vergleichsverfahren.<sup>70</sup> Die Mehrzahl ist auf andere Ursachen wie fehlende Nachfolger oder mangelnde Rentabilität zurückzuführen. Aufgrund der mangelnden Vergleichbarkeit der Daten für die USA und Deutschland, zeigt Abbildung 8 Gründungs- und Stilllegungszahlen nur für die Bundesrepublik. Dabei fällt auf, daß seit 1993 der Saldo an neuen Unternehmen dramatisch zurückgegangen ist.

<sup>64</sup> Vgl. Kirchhoff und Phillips (1991), S.348.

<sup>65</sup> Daten für die USA aus 1992, basierend auf o.V. (1993): *The State of Small Business - A Report of the President*, S.48; Daten für Deutschland aus 1988, basierend auf o.V. (1996): *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland*, S. 131.

<sup>66</sup> Eigene Berechnungen basierend auf o.V. (1993): *The State of Small Business - A Report of the President*, S.48.

<sup>67</sup> Vgl. o.V. (1993): *The State of Small Business - A Report of the President*, S.38. Diese Zahl beinhaltet nur die Unternehmen, die neben dem Unternehmer mindestens einen Mitarbeiter aufweisen. Werden Einpersonenernehmen mit einbezogen, wird die Zahl der Gründungen auf rund 1,2 Mio. Unternehmen p.a. geschätzt, Vgl. Shapero (1984), S.23.

<sup>68</sup> Vgl. o.V. (1993): *The State of Small Business - A Report of the President*, S.38.

<sup>69</sup> Vgl. o.V. (1997): *Gründungen und Liquidationen in Deutschland*, S.1.

<sup>70</sup> Vgl. Albach (1987), S.3; Vgl. Albach (1997), S.442ff.; Vgl. o.V. (1993): *The State of Small Business - A Report of the President*, S.42; Vgl. May-Strobl und Paulini (1996), S.2.

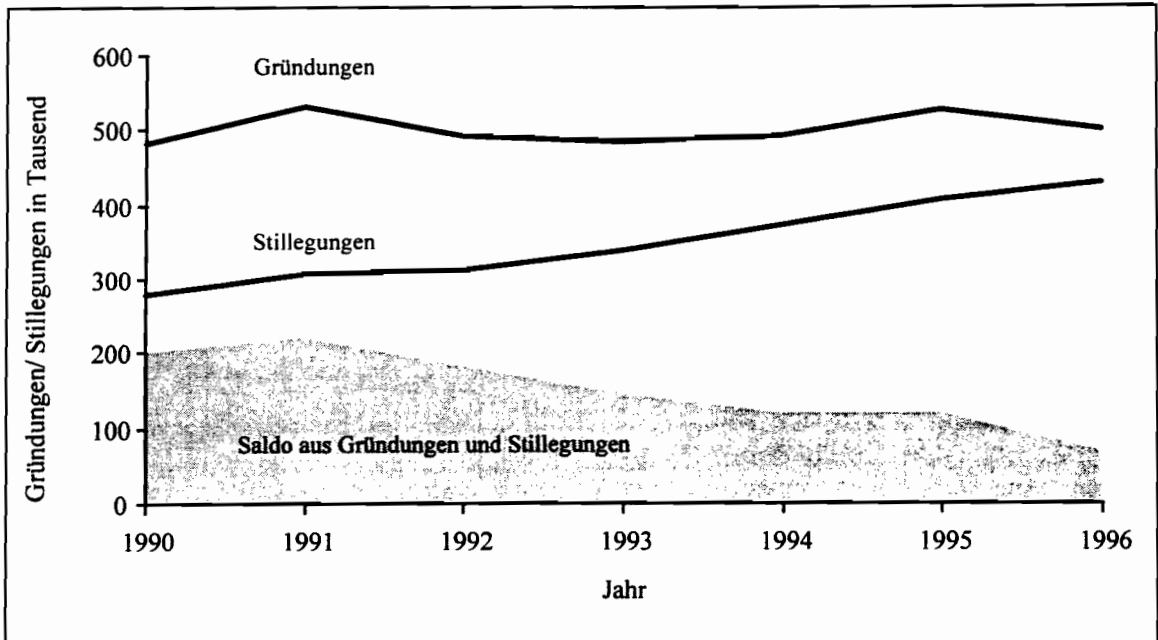


Abbildung 8: Unternehmensgründungen und Stillegungen in Deutschland, 1990-1996<sup>71</sup>

## 1.2. Beitrag des Entrepreneurship zu Innovationen

Um die Frage nach dem Innovationsbeitrag verschieden großer Unternehmen von der empirischen Seite her anzugehen, muß zunächst der Begriff „Innovation“ operationalisiert werden.<sup>72</sup> Dies geschieht durch Verwendung von Kennzahlen, die entweder einen Input (z.B. F&E-Aufwendungen) oder einen Output des Innovationsprozesses (z.B. Anzahl angemeldeter Patente oder Anzahl neuer Produkte) messen.<sup>73</sup>

Die empirische Forschung erbringt keine allgemeingültigen Ergebnisse, ob große oder kleine Unternehmen innovativer sind.<sup>74</sup> Acs (1996) kommt zu dem Ergebnis, daß in den USA Groß- und Kleinunternehmen insgesamt in ähnlichem Maße Innovationen hervorgebracht haben.<sup>75</sup> Die Innovationseffizienz von Unternehmen verschiedener Größe hängt dabei von der Branche ab. Großunternehmen dominieren in Branchen wie Chemie oder Papier. Kleine und mittlere Unternehmen hingegen tragen entscheidende Innovationen in Bereichen Informatik oder Meß- und Regeltechnik bei.<sup>76</sup>

Auch für Deutschland ergibt sich kein eindeutiges Bild. Reinhard (1989) betont, daß der Anteil kleiner und mittlerer Unternehmen an den gesamten F&E-Aufwendungen der deutschen Wirtschaft wesentlich höher liegt als lange Zeit angenommen.<sup>77</sup> Zwar wendeten diese 1985 nur rund DM 6,5 Mrd. der insgesamt DM 39 Mrd. auf, die in der BRD 1985 in F&E flossen.<sup>78</sup> Diejenigen mittelständischen Unternehmen, die F&E

<sup>71</sup> Vgl. o.V. (1997): *Gründungen und Liquidationen in Deutschland*, S.1.

<sup>72</sup> Vgl. Kirchhoff (1991), S.100.

<sup>73</sup> Vgl. Acs (1996), S.29.

<sup>74</sup> Vgl. Acs und Audretsch (1988), S.688f.

<sup>75</sup> Vgl. Acs (1996), S.30ff.

<sup>76</sup> Vgl. Acs (1996), S.34.

<sup>77</sup> Vgl. Reinhard (1989), S.16.

<sup>78</sup> Vgl. Reinhard (1989), S.16 und S.38, basierend auf Daten des Bundesministeriums für Forschung und Technologie (Bundesforschungsbericht 1988).

betrieben, gaben dafür relativ zum Umsatz aber deutlich mehr aus als Großunternehmen.<sup>79</sup> Nach Schätzungen des deutschen Patentamtes stammen 60% der Patentanmeldungen in der BRD von kleinen und mittleren Unternehmen.<sup>80</sup> Den mittelständischen Unternehmen gelingt es, „einen größeren Teil ihrer Innovationsanstrengungen bis zur Markteinführung zu bringen und das wesentlich schneller als Großunternehmen, die insgesamt über einen hohen Wissensstand verfügen, aber nur eine geringe Anwendungsrate haben“<sup>81</sup>. Großunternehmen sind eher in der (Grundlagen-)Forschung aktiv, Mittelständler eher in der Entwicklung.<sup>82</sup>

Mittelständische Unternehmen sind in Deutschland trotz des hohen Anteils bei den Patentanmeldungen überwiegend in traditionellen Bereichen mit eher stagnierenden Märkten aktiv. Zu fundamental neuen Produkten, z.B. im Bereich der Informationstechnologie, tragen kleine und mittlere Unternehmen kaum bei.<sup>83</sup> Fritsch (1993) schätzt die Anzahl der HighTech-Gründungen in Deutschland auf 120 p.a.<sup>84</sup> Bereits 1977 beklagten Szyperski und Nathusius eine „Gründungslücke“ bei innovativen Unternehmensgründungen in der Bundesrepublik Deutschland.<sup>85</sup> Der Anteil der HighTech-Unternehmen an der Gesamtzahl der Unternehmensgründungen ist zwar auch in den USA sehr niedrig<sup>86</sup>, aber in jedem Fall deutlich höher als in Deutschland.<sup>87</sup>

Bei der Untersuchung des Innovationsbeitrags ergeben sich zentrale Probleme bei der Operationalisierung des Begriffs Innovation.<sup>88</sup> Verwendet man die F&E-Aufwendungen als Indikator, wird der unterschiedlichen Organisation der F&E-Aktivitäten in Groß- und Kleinunternehmen nicht Rechnung getragen: Großunternehmen verfügen häufig über eigene F&E-Abteilungen und erfassen die Aufwendungen im Gegensatz zu Kleinunternehmen separat.<sup>89</sup> Bei Verwendung der Anzahl der erzielten Patente als Indikator werden unter Umständen Prozeßinnovationen nicht ausreichend mit einbezogen. Außerdem liegt ein kritischer Punkt darin, daß nicht die Zahl der Patente sondern die Wahrscheinlichkeit, mit der neue Patente am Markt in Form neuer Produkte umgesetzt werden, entscheidend ist. Wird hingegen die Anzahl neuer Produkte als Maßzahl für Innovation herangezogen, so bleibt die „wirtschaftliche Dimension“ der Neuerung außer acht.<sup>90</sup> Beispielsweise können sehr wenige neue Produkte im Bereich der Informationstechnologie eine Vielzahl neuer Produkte in etablierten Branchen in ihrer Bedeutung für den technischen Fortschritt und in der monetären Wertschöpfung übertreffen.<sup>91</sup>

<sup>79</sup> Vgl. Reinhard (1989), S.16 und S.39, basierend auf Daten des Bundesministeriums für Forschung und Technologie (Bundesforschungsbericht 1988).

<sup>80</sup> Vgl. Reinhard (1989), S.17.

<sup>81</sup> Reinhard (1989), S.17, basierend u.a. auf Perlitz und Löbner (1989), S.33.

<sup>82</sup> Vgl. Reinhard (1989), S.18.

<sup>83</sup> Vgl. Krist (1985), S.173, Vgl. Reinhard (1989), S.24.

<sup>84</sup> Vgl. Fritsch (1993), S.50.

<sup>85</sup> Vgl. Szyperski und Nathusius (1977), S.61.

<sup>86</sup> Vgl. Kirchhoff und Phillips (1989), S.173, die rund 5% aller Gründungen dem HighTech-Bereich zuordnen.

<sup>87</sup> Die Ergebnisse von Fritsch (1993) ergeben einen Anteil der hoch innovativen Gründungen an der Gesamtzahl der Gründungen von weniger als 1%.

<sup>88</sup> Vgl. Kirchhoff und Phillips (1989), S.177.

<sup>89</sup> Vgl. Reinhard (1989), S.16.

<sup>90</sup> Vgl. Reinhard (1989), S.17.

<sup>91</sup> Vgl. Kirchhoff und Phillips (1989), S.174.

Folglich wäre ein entscheidender Schritt in der Diskussion über den Innovationsbeitrag kleiner und mittlerer Unternehmen die Verwendung besserer Maßzahlen für Innovation.

### 1.3. Beitrag des Entrepreneurship zum Wirtschaftswachstum

Für die empirische Verifizierung des Zusammenhangs zwischen Unternehmensgröße und Beitrag zum Wirtschaftswachstum wird der jährliche Anstieg des Umsatzes einer Stichprobe aus Gründungs- bzw. mittelständischen Unternehmen mit dem beobachteten Wirtschaftswachstum verglichen. Wachsen die Umsätze schneller als das Bruttoinlandsprodukt, so tragen diese in überproportionalem Maße zum Wirtschaftswachstum bei.<sup>92</sup>

Zahlreiche Studien bestätigen den überproportionalen Beitrag von Gründungsunternehmen zum Wirtschaftswachstum.<sup>93</sup> Eine Studie von Kirchoff und Phillips (1989) belegt für die USA, daß hochgradig innovative Gründungsunternehmen deutlich schneller wachsen als solche mit geringem Innovationscharakter.<sup>94</sup> Dieses Ergebnis stützt Schumpeters Hypothese, nach der die innovativen „kreativen Zerstörer“ schneller wachsen als andere Unternehmen. Die Autoren weisen jedoch ausdrücklich darauf hin, daß dieses Ergebnis nicht zu einer Überbewertung von HighTech-Unternehmen führen dürfe.<sup>95</sup> Diese seien zwar hochgradig erfolgreich, dafür aber sehr selten.<sup>96</sup> Insgesamt gesehen, trage die große Mehrheit der wenig innovativen Gründungsunternehmen in gleichem Maße zum Wirtschaftswachstum bei.

Für die zwölf EU-Länder, darunter auch Deutschland, kommt Thurik (1996) zu dem Ergebnis, daß kleine und mittlere Unternehmen statistisch signifikant stärker zum Wachstum des Bruttoinlandsprodukts beitragen als Großunternehmen.<sup>97</sup>

Allerdings sind auch die Studien zum Wachstumsbeitrag aus methodischer Sicht mit Problemen behaftet:

1. Im Sinne eines funktionalen Zusammenhangs liegt eine gegenseitige Abhängigkeit vor, d.h. Ursache und Wirkung sind nicht voneinander zu trennen. Einerseits begünstigt ein hohes Wirtschaftswachstum Unternehmensgründungen, andererseits fördern Unternehmensgründungen bzw. wachsende kleine und mittlere Unternehmen das Wirtschaftswachstum.<sup>98</sup>
2. Der Umsatz kleiner und mittlerer Unternehmen schwankt im Konjunkturverlauf stärker als der von Großunternehmen.<sup>99</sup> Dementsprechend schwankt auch ihr Anteil am Bruttoinlandsprodukt im Konjunkturverlauf. Der Zeitpunkt der Betrachtung ist somit von großer Bedeutung.

---

<sup>92</sup> Vgl. Thurik (1996), S.146ff.

<sup>93</sup> Vgl. Birch (1987), S.21; Vgl. Kirchoff und Phillips (1987), S.70; Vgl. Kirchoff und Phillips (1988), S.271.

<sup>94</sup> Vgl. Kirchoff und Phillips (1989), S.181.

<sup>95</sup> Vgl. Kirchoff und Phillips (1989), S.186.

<sup>96</sup> Vgl. o.V. (1996): *Economic Impact of Venture Capital Study*, S.2ff.

<sup>97</sup> Vgl. Thurik (1996), S.148ff.; Vgl. Reynolds (1996), S.13.

<sup>98</sup> Vgl. Kurz, Röger, Zarth (1990), S.94f.; Vgl. Reynolds (1996), S.10.

<sup>99</sup> Vgl. Thurik (1996), S.147.

#### 1.4. Beitrag des Entrepreneurship zur Schaffung von Arbeitsplätzen

Über die letzten 20 Jahre hinweg führten amerikanische Akademiker eine zum Teil heftige Debatte darüber, ob und in welchem Maße kleine und mittlere Unternehmen zur Schaffung neuer Arbeitsplätze beitragen.

Birch (1979) kommt in einer als revolutionär<sup>100</sup> bezeichneten Untersuchung zu dem Ergebnis, daß in den USA zwischen 1969 und 1976 rund zwei Drittel der neu geschaffenen Arbeitsplätze auf Unternehmen mit 20 oder weniger Beschäftigten entfallen.<sup>101</sup>

Im Hinblick auf die Altersstruktur der Unternehmen können ungefähr 80% der zwischen 1974 und 1976 in den USA neu geschaffenen Arbeitsplätze den weniger als fünf Jahre alten Unternehmen zugerechnet werden. „Birch (1979) hat mit seiner (...) Untersuchung ‘The Job Generation Process’ mit dem bis dahin in der amerikanischen Öffentlichkeit herrschenden Weltbild der beschäftigungsmäßigen Dominanz der Großunternehmen gebrochen“<sup>102</sup>.

In den folgenden Jahren wurden Birchs Ergebnisse durch weitere Studien bestätigt.<sup>103</sup> Eine Studie aus dem Jahr 1993 kommt zu dem Schluß, daß in den USA zwischen 1987 und 1992 kleine und mittlere Unternehmen rund 5,8 Mio. Arbeitsplätze geschaffen haben, während Großunternehmen im selben Zeitraum 2,3 Mio. Arbeitsplätze abgebaut haben.<sup>104</sup> Die vergleichsweise niedrige Arbeitslosenquote der USA kann also zum Teil durch den Beitrag der kleinen und mittleren Unternehmen zur Schaffung neuer Arbeitsplätze erklärt werden.

Andere Publikationen hingegen widersprechen Birchs Ergebnissen.<sup>105</sup> Davis, Haltiwanger und Schuh (1994) kommen zu dem Ergebnis, daß kleine und mittlere Unternehmen zwar durchaus viele Arbeitsplätze schaffen, daß diese jedoch in vielen Fällen nicht lange gehalten werden können, da die Sterblichkeitsrate bei kleinen Unternehmen höher liegt als bei großen. Folglich tragen kleine und mittlere Unternehmen auch in überproportionalem Maße zur Zerstörung von Arbeitsplätzen bei. Netto gerechnet seien sie keineswegs stärker an der Arbeitsplatzschaffung beteiligt.<sup>106</sup>

Insgesamt hat sich trotz aller Kontroversen die Erkenntnis durchgesetzt, daß kleine und mittlere Unternehmen in stärkerem Maße zur Schaffung von Arbeitsplätzen beitragen

<sup>100</sup> Vgl. Acs und Audretsch (1993), S. 55; Vgl. Dennis, Phillips und Starr (1994), S.23; Vgl. Kirchhoff, 1995, S.195.

<sup>101</sup> Vgl. Birch (1979), S.30.

<sup>102</sup> Albach und Dahremöller (1986), S.2; Acs und Audretsch (1993), S.56f. sehen das bis zu Birchs Publikation herrschende Verständnis als durchaus gerechtfertigt an, da der Anteil kleiner und mittlerer Unternehmen an der Gesamtbeschäftigung in den Jahren von 1958 bis 1977 von 55,1% auf 52,5% gefallen war.

<sup>103</sup> Vgl. Acs und Audretsch (1993), S.61ff.; Vgl. Birch (1987), S.16; Vgl. Kent (1984), S.5; Vgl. Kirchhoff und Phillips (1988), S.271.

<sup>104</sup> Vgl. Byrne (1993), S.12. Byrne verweist seinerseits auf eine Studie des Forschungsunternehmens Cognetics Inc., Cambridge (MA), USA.

<sup>105</sup> Vgl. Davis, Haltiwanger und Schuh (1994), S.14ff.; Vgl. Acs und Audretsch (1993), S.56f.; Vgl. Birley (1987), S.163, die allerdings auf Basis einer relativ kleinen Stichprobe arbeitet; Vgl. Kent (1984), S.5. Eine umfassende Diskussion der gegen Birchs (1979) Studie erhobenen Kritik findet sich bei Kirchhoff und Greene (1995), S.6ff.

<sup>106</sup> Vgl. Davis, Haltiwanger und Schuh (1994), S.14ff.

als Großunternehmen.<sup>107</sup> Verwendet man Gründungsunternehmen (anstatt der Approximation „kleine und mittlere Unternehmen“), fällt das Ergebnis eindeutig aus. Diese schaffen zweifelsfrei überproportional viele Arbeitsplätze.<sup>108</sup>

Für Deutschland (nur alte Bundesländer) kommt Fritsch (1993) zu einem ähnlichen empirischen Ergebnis wie die Mehrzahl der genannten Autoren für die USA. Während nach dem zweiten Weltkrieg der Anteil der Großunternehmen an der Gesamtbeschäftigung angestiegen war, hat sich dieser Trend zwischen 1970 und 1987 umgekehrt.<sup>109</sup> In diesem Zeitraum stieg der Anteil der in kleinen und mittleren Unternehmen (bis 500 Mitarbeiter) Beschäftigten an der Gesamtbeschäftigung deutlich an. Diese haben folglich in überproportionalem Maße Arbeitsplätze geschaffen. Verlässliche Zahlen für die Zeit nach der Wiedervereinigung liegen bislang nicht vor.

In beiden Ländern läßt sich der enorme Zuwachs an Arbeitsplätzen in den kleinen und mittleren Unternehmen zum großen Teil auf den Strukturwandel zurückführen.<sup>110</sup> In dessen Verlauf gewinnt der tertiäre Sektor (Dienstleistungen) gegenüber dem sekundären Sektor (Industrie) kontinuierlich an Bedeutung. Da Dienstleistungsunternehmen im Durchschnitt sehr viel kleiner sind als Industrieunternehmen<sup>111</sup>, schaffen kleine Unternehmen (Gründungen im Dienstleistungssektor) infolge des Strukturwandels viele Arbeitsplätze, während Großunternehmen (in der Industrie) tendenziell Arbeitsplätze abbauen. Beispielsweise wurden in Deutschland von 1970 bis 1987 in der Industrie rund 2 Mio. Arbeitsplätze abgebaut. Dem steht eine Schaffung von 2,7 Mio. Arbeitsplätzen im Dienstleistungssektor gegenüber.<sup>112</sup>

Die widersprüchlichen Ergebnisse hinsichtlich der Bedeutung von Entrepreneurship für die Schaffung von Arbeitsplätzen haben ihre Ursache in der unterschiedlichen Konzeption der Studien:

1. Die verwendeten Daten unterscheiden sich hinsichtlich des Inhaltes, der Aktualität und der Erhebungsmethodik.<sup>113</sup>
2. Die verwendeten Daten erfassen zum Teil rechtlich selbständige Einheiten (wozu auch Tochtergesellschaften und Filialen zählen), zum Teil aber auch nur Gesamtunternehmen (im Sinne von Muttergesellschaften).<sup>114</sup>
3. Die Studien werden in unterschiedlichen Konjunkturphasen erstellt. Für Großunternehmen ist festzustellen, daß sie die Anzahl der Arbeitsplätze in Abhängigkeit vom Konjunkturzyklus anpassen. Sie bauen gegen Ende von

<sup>107</sup> Vgl. Kent (1984), S.5; Vgl. Kirchhoff (1991), S.101f.; Vgl. Kirchhoff und Greene (1995), S.14; Vgl. Sage (1993), S.66f.

<sup>108</sup> Vgl. Frank, Mugler und Roessl (1991), S.250; Vgl. Kirchhoff und Phillips (1987), S.70; Vgl. Kirchhoff und Phillips (1988), S.271; Vgl. Kirchhoff und Phillips (1989), S.183.

<sup>109</sup> Vgl. Fritsch (1993), S.39ff.

<sup>110</sup> Vgl. Fritsch (1993), S.44ff.

<sup>111</sup> Extrapolation basierend auf o.V. (1993): *The State of Small Business - A Report of the President*, S.48ff., und auf o.V. (1996): *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland*, S. 131; Vgl. auch Fritsch (1993), S.40.

<sup>112</sup> Vgl. Fritsch (1993), S.40.

<sup>113</sup> Vgl. Dennis, Phillips und Starr (1994), S.25; Vgl. Duncan und Handler (1994), S.9; Vgl. Albach und Dahremöller (1986), S.5, Vgl. Reynolds, West und Finch (1985), S.383ff.

<sup>114</sup> Vgl. Dennis, Phillips und Starr (1994), S.26; Vgl. Reynolds (1996), S.24ff.

Expansionsphasen in erheblichem Maße Arbeitsplätze auf und in Rezessionsphasen in gleicher Weise wieder ab. Kleine und mittlere Unternehmen zeichnen sich dagegen durch Beschäftigungsstabilität aus.<sup>115</sup>

4. Das Phänomen des Klassenwechsels wird unterschiedlich behandelt. Wächst ein Unternehmen über mehrere Auswertungsperioden hinweg in größere Klassen hinein, so kann man den Zuwachs an Mitarbeitern der Klasse zurechnen, der das Unternehmen in der Ausgangsperiode zugeordnet war (dynamische Analyse<sup>116</sup>) oder aber der Klasse, in die das Unternehmen in der Periode unmittelbar vor der Auswertungsperiode eingeordnet war (komparativ statische Analyse<sup>117</sup>). Die beiden unterschiedlichen Ansätze können zu abweichenden Ergebnissen führen.<sup>118</sup>

## 2. Erklärung der Bedeutung des Entrepreneurship durch die ökonomische Theorie

### 2.1. Der Beitrag der ökonomischen Theorie im allgemeinen

Die allgemeine ökonomische Theorie bezieht Innovationen bzw. die Gründung von Unternehmen nicht bzw. nur rudimentär mit ein.<sup>119</sup> Lydall (1992) stellt fest, daß dies aus verschiedenen Gründen nicht möglich ist.<sup>120</sup> Die neoklassische Makroökonomie geht von vollkommenen Märkten aus, die einen Gleichgewichtszustand implizieren. Märkte sind geräumt und befinden sich in stabilem Zustand.<sup>121</sup> Alle Ressourcen sind optimal eingesetzt und es besteht keine Möglichkeit, Gewinne zu erzielen (z.B. durch Arbitrage). Aus diesem Grund gibt es auch kein unternehmerisches Potential und folglich kein Entrepreneurship.<sup>122</sup>

Eine weitere Eigenschaft makroökonomischer Modelle besteht darin, daß der technische Fortschritt (d.h. Innovation) als exogene Variable betrachtet wird.<sup>123</sup> Die Erklärung, wie dieser zustande kommt und wer ihn umsetzt, unterbleibt, obwohl empirisch nachgewiesen wurde, daß im technischen Fortschritt die wichtigste Triebfeder des Wirtschaftswachstums aller Industrienationen liegt.<sup>124</sup>

Aus dieser Unvereinbarkeit von klassischer Ökonomie und Entrepreneurship heraus entwickelten sich einzelne ökonomische Betrachtungen, die auf die Rolle von Unter-

<sup>115</sup> Vgl. Kirchhoff (1995), S. 200; Vgl. Dennis, Phillips und Starr (1994), S.23.

<sup>116</sup> Vgl. Kirchhoff (1995), S. 201.

<sup>117</sup> Vgl. Kirchhoff (1995), S. 201.

<sup>118</sup> Vgl. Davis, Haltiwanger und Schuh (1994), S.16; Vgl. Dennis, Phillips und Starr (1994), S.28; Vgl. Kirchhoff und Greene (1995), S.3ff.; Davidsson, Lindmark und Olofsson (1996), S. 49, argumentieren, daß das Problem des Klassenwechsels, das zu einer Überschätzung des Beitrags kleiner Unternehmen führen könnte, nur von geringem Ausmaß ist.

<sup>119</sup> Vgl. Barreto (1989), S.47ff.; Vgl. Kirzner (1984), S.41f.; Vgl. Kirchhoff (1991), S.93; Vgl. Lydall (1992), S.58.

<sup>120</sup> Vgl. Lydall (1992), S.58.

<sup>121</sup> Vgl. Lydall (1992), S.1; Vgl. Kirzner (1982), S.273.

<sup>122</sup> Vgl. Lydall (1992), S.67.

<sup>123</sup> Vgl. Lydall (1992), S.1.

<sup>124</sup> Vgl. Lydall (1992), S.59.

nehmern bzw. Unternehmertum eingehen. Wie bereits in definitorischer Form kurz vorgestellt, spielen dabei Schumpeter und Kirzner eine wichtige Rolle.<sup>125</sup>

Schumpeter geht von der Erkenntnis aus, daß der von der ökonomischen Theorie postulierte vollkommene Markt in der Praxis nicht existiert bzw. daß ein solcher nur in einem stationären Zustand ohne Veränderungen bestehen kann.<sup>126</sup> Durch „neue Kombinationen“ (d.h. Innovation), verursacht ein Unternehmer jedoch solche Veränderungen und zerstört so den Gleichgewichtszustand („kreative Zerstörung“). Er schafft neue Nachfrage bzw. entzieht anderen Anbietern bestehende Nachfrage.<sup>127</sup> Technischer Fortschritt wird in diesem Modell endogenisiert. Die Betrachtung ist dynamisch.<sup>128</sup> Ein Unternehmer schafft sich Marktchancen durch seine Innovation.

Auch Kirzner (1973) bringt Entrepreneurship und Ungleichgewichte in Zusammenhang. Im Gegensatz zu Schumpeter geht er jedoch davon aus, daß in der Ausgangslage bereits ein solches Ungleichgewicht vorliegt.<sup>129</sup> Durch Ausnutzung dieses Zustands erzielt der Unternehmer Gewinne und führt dabei den Markt in Richtung des Gleichgewichts zurück.<sup>130</sup> Die Funktion des Unternehmers besteht folglich darin, diese Ungleichgewichte zu entdecken und auszunutzen. Ein Unternehmer schafft Innovation, weil der Markt die Chancen dazu bietet.

## 2.2. Erklärung des Beitrags des Entrepreneurship zu Innovationen

Die Theorie liefert widersprüchliche Argumente zum Innovationsbeitrag kleiner und mittlerer Unternehmen.<sup>131</sup>

Scherer (1988) faßt die Vorteile kleiner und mittlerer Unternehmen hinsichtlich innovativer Tätigkeiten wie folgt zusammen:<sup>132</sup> Kleine und mittlere Unternehmen sind weniger bürokratisch und folglich schneller und flexibler, die Kommunikation erfolgt auf direkterem Wege und die Motivation der Mitarbeiter ist höher. Außerdem setzt sich technischer Fortschritt in vielen Fällen aus einer Vielzahl von Einzelinnovationen zusammen, die als einzelne Weiterentwicklungsstufen für Großunternehmen ein zu geringes Marktpotential in sich bergen.<sup>133</sup>

Interessanterweise ist es Schumpeter (1954), der die These vertritt, daß ausschließlich Großunternehmen bedeutende Innovationen hervorbringen können, da nur sie das Risiko von Innovationen tragen können.<sup>134</sup> Dies folgt aus der Ansicht Schumpeters, daß ein Unternehmen aufgrund hoher Fixkosten von F&E-Aktivitäten groß sein muß, um das Risiko über mehrere Projekte hinweg zu diversifizieren und um das gesamte

<sup>125</sup> Vgl. Lydall (1992), S.67ff.

<sup>126</sup> Vgl. Schumpeter (1934), S.21.

<sup>127</sup> Vgl. Schumpeter (1934), S.21; Vgl. Kirzner (1982), S.273; Vgl. Kirchhoff (1991), S.94.

<sup>128</sup> Vgl. Hoeselitz (1952), S.97.

<sup>129</sup> Vgl. Kirzner (1973), S.26; Vgl. Lydall (1992), S.70.

<sup>130</sup> Vgl. Kirzner (1973), S.72; Vgl. Lydall (1992), S.70.

<sup>131</sup> Vgl. Reinhard (1989), S.13ff.

<sup>132</sup> Vgl. Scherer (1988), S.4f.; Vgl. Acs (1996), S.27f.

<sup>133</sup> Ähnliche Überlegungen finden sich auch bei Reinhard (1989), S.18.

<sup>134</sup> Vgl. Schumpeter (1954), S.134.



Potential einer erfolgreichen Innovation ausschöpfen zu können.<sup>135</sup> Das Argument basiert also auf der Annahme, daß im F&E-Bereich 'economies of scale' und 'economies of scope' auftreten.<sup>136</sup> Verschiedene Autoren bemängeln den Widerspruch zwischen diesem Ansatz Schumpeters und seiner Theorie der „kreativen Zerstörung“ durch Gründungsunternehmen.<sup>137</sup>

### **2.3. Erklärung des Beitrags des Entrepreneurship zum Wirtschaftswachstum**

Wenn Gründungsunternehmen - wie ein Teil der Argumente im vorhergehenden Abschnitt postuliert - innovativer sind als Großunternehmen und sie dadurch neue Märkte erschließen oder bestehende Märkte auf Kosten von Großunternehmen erobern, müssen sie zwangsläufig überproportional zum Wirtschaftswachstum beitragen.<sup>138</sup> Ein überproportionaler Beitrag ergibt sich dann, wenn die Umsätze dieser Klasse von Unternehmen schneller wachsen als die Umsätze aller Unternehmen in einer Volkswirtschaft.

Für die These, daß kleine Unternehmen in stärkerem Maße das Wachstum fördern als Großunternehmen sprechen weitere Argumente.<sup>139</sup> Die geographische Marktnähe, die Erfüllung von Bedürfnissen in Nischenmärkten, die operative Flexibilität sowie die effiziente Unternehmensführung durch Konzentration der Führungsverantwortung auf eine oder wenige Person(en).

Aus theoretischer Sicht sprechen jedoch auch zahlreiche Argumente dafür, daß Großunternehmen schneller wachsen als Kleinunternehmen. Im Vordergrund steht das Konzept der 'economies of scale'<sup>140</sup>, dem zufolge die Produktion von Gütern und Dienstleistungen mit steigender Ausbringungsmenge zunehmend effizienter wird. Dies ermöglicht Großunternehmen die Kostenführerschaft, so daß kleine Firmen aus dem Markt gedrängt werden können.<sup>141</sup> In enger Verbindung mit den 'economies of scale' stehen auch 'economies of scope'<sup>142</sup>, Erfahrungskurveneffekte<sup>143</sup> und die im Vergleich zu Kleinunternehmen niedrigeren Transaktionskosten<sup>144</sup>.

### **2.4. Erklärung des Beitrags des Entrepreneurship zur Schaffung von Arbeitsplätzen**

Die ökonomische Theorie liefert keine Argumente für die Frage, ob große oder kleine Unternehmen im Zeitablauf mehr Arbeitsplätze schaffen. Unterstellt man, daß sich die Schaffung von Arbeitsplätzen mehr oder weniger proportional zum Wachstum verhält, schließt sich die Argumentation jedoch nahtlos an die der vorhergehenden Abschnitte

<sup>135</sup> Vgl. Acs (1996), S.26, Vgl. Perlitz und Löbler (1989), S.6.

<sup>136</sup> Vgl. Kirchhoff (1991), S.100; Vgl. Acs (1996), S.26.

<sup>137</sup> Vgl. Kirchhoff und Phillips (1989), S.175.

<sup>138</sup> Vgl. Kirchhoff (1991), S.100f.

<sup>139</sup> Vgl. Thurik (1996), S.134ff.

<sup>140</sup> Vgl. Kirchhoff (1991), S.98f.; Vgl. Thurik (1996), S.131.

<sup>141</sup> Vgl. Kirchhoff (1991), S.98.

<sup>142</sup> Vgl. Thurik (1996), S.132.

<sup>143</sup> Vgl. Thurik (1996), S.133.

<sup>144</sup> Vgl. Thurik (1996), S.133f.

an. Aus theoretischer Sicht gibt es folglich ebenfalls keine eindeutige Vorhersage, ob große oder kleine Unternehmen in stärkerem Maße neue Arbeitsplätze schaffen.

### **3. Zusammenfassung und Implikationen für die vorliegende Arbeit**

Gründungsunternehmen sind für die amerikanische und die deutsche Volkswirtschaft von zentraler Bedeutung. Aus empirischer Sicht ist der Beitrag der hoch innovativen Unternehmensgründungen hinsichtlich der drei Indikatoren Innovation, Wachstum und Arbeitsplätze relativ zur Anzahl dieser Unternehmen herausragend.<sup>145</sup> Der Beitrag der weniger innovativen Gründungen ist zwar geringer, ihre Vielzahl macht sie den HighTech-Gründungen in der Gesamtheit jedoch mindestens ebenbürtig.

Vergleiche zwischen den USA und Deutschland sind aufgrund der unterschiedlichen bei der Erstellung der Statistiken angewendeten Methodik, aufgrund unterschiedlicher Zeitpunkte der Studien und aufgrund nicht parallel verlaufender Konjunkturzyklen mit Skepsis zu betrachten. Plakative Aussagen können häufig nicht durch valide empirische Ergebnisse gestützt werden. Beispielsweise läßt sich die in Deutschland in der öffentlichen Diskussion bemängelte „Gründungslücke“ im Vergleich zu den USA nicht erkennen. Wenn der Begriff der „Gründungslücke“ gerechtfertigt ist, dann nur angesichts der hohen Arbeitslosenzahl in Deutschland.<sup>146</sup>

Die ökonomische Theorie bezieht Innovationen und Entrepreneurship nicht bzw. nur rudimentär mit ein, da diese Konzepte mit den grundsätzlichen Modellannahmen der ökonomischen Theorie nicht vereinbar sind. Vereinzelt Ansätze wie die Schumpeters (1934) und Kirzners (1973), die auf eine Integration des Entrepreneurship in die ökonomische Theorie abzielen, haben sich in bislang nicht durchgesetzt. Aus diesem Grund ist es nicht weiter verwunderlich, daß die Theorie den empirischen Befund nur mit Einschränkungen erklären kann.

Entrepreneurship ist insgesamt gesehen von großer volkswirtschaftlicher Bedeutung. Dies rechtfertigt nicht nur die Beschäftigung mit dem Stand des Fachgebiets Entrepreneurship, sondern macht sie aus ökonomischer Sicht zwingend erforderlich.

---

<sup>145</sup> Vgl. o.V. (1996): *Economic Impact of Venture Capital Study*, S.2ff.

<sup>146</sup> Vgl. Albach (1997), S.442.

## D. Stand der Forschung in Entrepreneurship

Der folgende Teil D befaßt sich mit dem Stand der Forschung in Entrepreneurship. Kapitel D.1 geht zunächst kurz auf die Charakteristika des Forschungsgebiets ein. Kapitel D.2 faßt die inhaltlichen Ergebnisse der Entrepreneurship-Forschung anhand eines zweidimensionalen Bezugsrahmens zusammen und unterzieht sie einer kritischen Würdigung. In Kapitel D.3 wird die Bedeutung der Inhalte diskutiert und eine allgemeine Methodenkritik geübt. Dabei werden auch Ergebnisse der Benchmarking-Studie einbezogen. Kapitel D.4 beschreibt die Institutionalisierung der Forschung, wobei auch hier Ergebnisse der Benchmarking-Studie einfließen. Kapitel D.5 zeigt schließlich Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung der Forschung in Entrepreneurship auf.

Diese Gliederung basiert auf der Überlegung, daß der Charakter des Fachgebiets sowohl die Inhalte als auch die Institutionalisierung der Forschung beeinflusst. Inhalte und Institutionalisierung stehen zudem in einer direkten Beziehung. Die Institutionalisierung schafft die Infrastruktur für erfolgreiche Forschungsarbeit (d.h. für eine hohe Qualität der Forschungsergebnisse). Umgekehrt rechtfertigen erst die in einem Fachgebiet erzielten inhaltlichen Leistungen den Aufbau einer breiten Infrastruktur. Diese Zusammenhänge werden durch Abbildung 9 veranschaulicht.

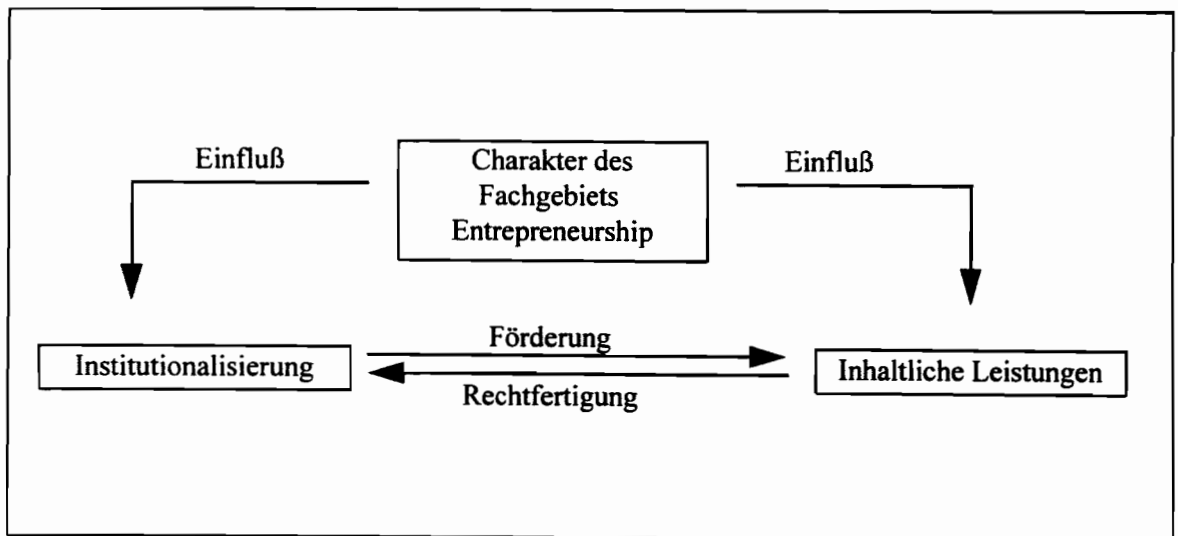


Abbildung 9: Relevante Aspekte für die Analyse des Stands der Forschung in Entrepreneurship

Der gesamte Teil D basiert weitgehend auf einer umfassenden, vorrangig in den USA durchgeführten Literaturrecherche, bei der versucht wurde, nicht nur Einzelaspekte des Entrepreneurship zu erfassen, sondern ein möglichst umfassendes Spektrum abzudecken. Nur so kann die geleistete Forschung insgesamt bewertet werden. Nur am Rande fließen Ergebnisse in Deutschland geleisteter Forschung ein, insbesondere in den Teilen, wo sich ein Vergleich zwischen den USA und Deutschland anbietet.

## 1. Charakteristika des Forschungsgebiets Entrepreneurship

Für ein besseres Verständnis der Forschung in Entrepreneurship ist es sinnvoll, zunächst zwei der Charakteristika der Disziplin zu erläutern. Dies sind die Neuheit des Fachs und seine interdisziplinäre Ausrichtung.

### 1.1. Neuheit des Forschungsgebiets Entrepreneurship

Im Vergleich zu anderen Wissenschaftsgebieten innerhalb und außerhalb der Wirtschaftswissenschaften ist Entrepreneurship eine sehr junge wissenschaftliche Disziplin. Obwohl - wie in Teil C beschrieben - die ersten theoretischen Erklärungsversuche bereits im 18. und 19. Jahrhundert von Ökonomen wie Cantillon (1755) und Say (1816) unternommen wurden, war es Schumpeter im Jahr 1934, der aus ökonomischer Sichtweise eine moderne Konzeption des Unternehmers und des Unternehmertums entwickelte.<sup>147</sup> Die ökonomische Theorie bezog Schumpeters Konzept jedoch nicht bzw. nur rudimentär mit ein, da diese mit den Grundannahmen der Ökonomie nicht vereinbar sind. Aus diesem Grund fanden Schumpeters Ideen auch in der heute weithin akzeptierten mikroökonomisch fundierten Theorie der Firma keine Fortführung.<sup>148</sup> Die Disziplin war über lange Zeit nicht Gegenstand der Forschung.

Systematische empirische Entrepreneurship-Forschung begann erst in den 60er Jahren. Einen der Meilensteine stellt McClellands im Jahre 1961 erschienenes Buch 'The Achieving Society' dar, das sich aus psychologisch-soziologischer Sicht mit der Person des Unternehmers beschäftigt.<sup>149</sup>

Das moderne prozeßorientierte Verständnis von Entrepreneurship setzte sich erst in den 80er Jahren durch. Somit blieb der Disziplin bis heute nur etwas mehr als ein Jahrzehnt, um sich zu entwickeln. Dies erklärt, warum in einigen Bereichen des Entrepreneurship bislang nur sehr wenig Forschung geleistet wurde und warum in anderen Bereichen die entwickelten Modelle noch nicht empirisch überprüft werden konnten.

Bei der folgenden Darstellung und Bewertung der Forschung in Entrepreneurship muß die Neuheit des Fachgebiets berücksichtigt werden.

### 1.2. Interdisziplinarität des Forschungsgebiets Entrepreneurship

Die Forschung zum Thema Entrepreneurship wird von Forschern diverser wissenschaftlicher Disziplinen geleistet. Dazu zählen Anthropologie, Psychologie, Erziehungswissenschaften, Politikwissenschaften, Geschichte, Soziologie, Volkswirtschaft, Finanzen, Marketing und Strategie.<sup>150</sup> Wortman (1992) belegt dies durch eine Analyse der Publikationen zu Entrepreneurship, die in mehr als 30 verschiedenen

---

<sup>147</sup> Vgl. Bygrave (1989), S.12.

<sup>148</sup> Vgl. Barreto (1989), S.184ff.

<sup>149</sup> Vgl. Bygrave (1989), S.12.

<sup>150</sup> Vgl. Bygrave (1995), S.13; Vgl. Bull und Willard (1993), S.184; Vgl. Wortman (1987), S.259; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.155.

wissenschaftlichen Zeitschriften erschienen sind.<sup>151</sup> Abbildung 10 zeigt, welche Wissenschaften zur Entrepreneurship-Forschung beitragen, und ordnet Entrepreneurship in den Kontext von Grundlagen- und angewandten Wissenschaften ein.<sup>152</sup>

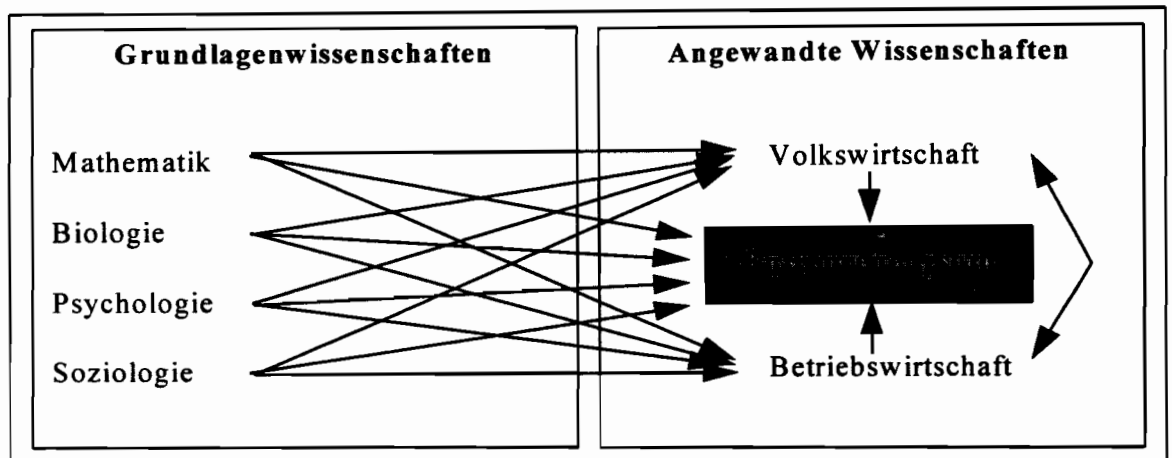


Abbildung 10: Entrepreneurship im Kontext von Grundlagen- und angewandten Wissenschaften<sup>153</sup>

Beispielsweise liefert die Mathematik die Analysetechniken, die Biologie steuert Modelle der Populationsökologie bei, die Psychologie erklärt das individuelle Verhalten, die Soziologie interpretiert die sozialen Austauschbeziehungen zwischen Individuen, die Volkswirtschaft untersucht die Ressourcenallokation im Hinblick auf Unternehmer und die Betriebswirtschaft steuert Strategiekonzepte bei.<sup>154</sup>

Die Forschung über den Prozeß des Entrepreneurship, wie er im Rahmen dieser Arbeit definiert ist, ist zwangsläufig interdisziplinär, da von der Ideenfindung bis zum Aufbau formaler Führungssysteme eine Vielzahl unterschiedlicher Aktivitäten ablaufen, die vom einzelnen Individuum ebenso abhängen wie vom Unternehmen und von Umweltfaktoren. Diese Vielschichtigkeit des Forschungsgegenstands<sup>155</sup> ist einer der Gründe für die interdisziplinäre Ausrichtung der Entrepreneurship-Forschung. Der andere liegt in der zuvor behandelten Neuheit des Forschungsgebiets, die den Beitrag vieler verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen bedingt.

Der interdisziplinäre Charakter des Entrepreneurship bringt Vor- und Nachteile mit sich. Einerseits birgt die Interdisziplinarität Potential für reichhaltige Forschung.<sup>156</sup> Andererseits liegt darin aber auch die Gefahr, daß die Forschungsziele stark divergieren und somit die Entwicklung einer integrativen und kohärenten Theorie des Entrepreneurship hemmen.<sup>157</sup> Diese Problematik wird dadurch verstärkt, daß der interdisziplinäre Charakter des Fachs dem traditionellen Qualifikationsprofil eines

<sup>151</sup> Vgl. Wortman (1992), S.1.

<sup>152</sup> Vgl. Bygrave (1989), S.10.

<sup>153</sup> Darstellung in Anlehnung an Bygrave (1989), S.10.

<sup>154</sup> Vgl. Bygrave (1989), S.9f.

<sup>155</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.155.

<sup>156</sup> Vgl. Bull and Willard (1993), S.184.

<sup>157</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.140.

spezialisierten Akademikers widerspricht, der in einer eng umgrenzten Teildisziplin forscht.<sup>158</sup>

## 2. Inhalte der Forschung in Entrepreneurship

### 2.1. Bezugsrahmen für die Darstellung der Inhalte der Forschung in Entrepreneurship

Trotz einer Vielzahl an Veröffentlichungen im Forschungsgebiet Entrepreneurship hat sich bislang keine allgemein akzeptierte Entrepreneurship-Theorie herausgebildet.<sup>159</sup> Wie die Diskussion der Neuheit und der Interdisziplinarität des Forschungsgebiets bereits andeutet, finden sich in der Literatur sehr unterschiedliche Forschungsansätze. Zum Verständnis der verschiedenen Forschungsansätze ist es aus Sicht der Verfasser daher notwendig, zunächst einen Bezugsrahmen für die Darstellung und Analyse der Forschungsergebnisse zu definieren.

Die auf den ersten Blick sehr plausibel scheinende und in der Literatur häufig verwendete Gliederung nach der Herkunft des Forschungsansatzes (z.B. Psychologie, Soziologie, etc.)<sup>160</sup>, ist als Bezugsrahmen aus zwei Gründen wenig geeignet.

1. Das statische Kriterium „Herkunft des Forschungsansatzes“ wird dem prozessualen Charakter des Entrepreneurship nicht gerecht.
2. Jede einzelne der etablierten Wissenschaften kann das Phänomen Entrepreneurship mit den ihr zur Verfügung stehenden Theorien und Methoden bisher nur ansatzweise erklären. Derzeit kann die Aussage gemacht werden, daß die Forschungsansätze verschiedener Wissenschaften weitgehend isoliert nebeneinander stehen. Für die langfristige Legitimation des Forschungsgebiets Entrepreneurship ist es jedoch entscheidend, die verschiedenen Ansätze zu kombinieren und zu einer eigenständigen Theorie weiterzuentwickeln.

Aus diesen Überlegungen ergibt sich ein Bezugsrahmen mit den Dimensionen „Aggregationsebene“ und „unternehmerischer Prozeß“. In den nachfolgenden Kapiteln D.2.1.1 und D.2.1.2 werden diese beiden Dimensionen, in Kapitel D.2.1.3 deren Kombination zu einem zweidimensionalen Bezugsrahmen diskutiert.

#### 2.1.1. Dimension I: Aggregationsebenen der Betrachtung

Wie aus der Darstellung der Interdisziplinarität des Entrepreneurship deutlich wird, zeichnet sich der unternehmerische Prozeß dadurch aus, daß er von Einflußfaktoren auf verschiedenen Ebenen beeinflusst wird. Er muß folglich auf verschiedenen Ebenen betrachtet werden. Low und MacMillan (1988) identifizieren fünf solcher Ebenen. Diese sind die Gesellschaft, die Industrie, das Unternehmen, die Gruppe und das

<sup>158</sup> Vgl. Hornaday und Churchill (1987), S.265.

<sup>159</sup> Vgl. Bull und Willard (1993), S.184.

<sup>160</sup> Z.B. fand in der wissenschaftlichen Fachzeitschrift 'Entrepreneurship - Theory and Practice' im Jahr 1991 ein interdisziplinäres Forum statt, das dieser Strukturierung folgte. Zudem verwenden viele Überblicksartikel dieses Gliederungskriterium (Vgl. Low und MacMillan (1988), S.142ff.; Vgl. Wortman (1987), S.262).

Individuum.<sup>161</sup> Gartner (1985) hingegen nennt die drei Ebenen Umwelt, Organisation, und Individuum.<sup>162</sup>

Für die vorliegende Arbeit soll in Anlehnung an Gartners Modell folgende Dreiteilung vorgenommen werden:

1. **Umweltebene:** Auf Umweltebene werden vom einzelnen Unternehmer nicht beeinflussbare Einflußfaktoren analysiert und ihre Wirkung auf verschiedene Phasen des unternehmerischen Prozesses betrachtet. Die betrachteten Einflußfaktoren sind die kulturellen Rahmenbedingungen, die gesetzlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen, die Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur, die öffentliche Gründungsförderung, die Kapitalmarktstruktur und die Industriestruktur.
2. **Unternehmensebene:** Auf Unternehmensebene wird der Beitrag verschiedener betriebswirtschaftlicher Teildisziplinen zur Forschung in Entrepreneurship untersucht. Die betrachteten Teildisziplinen sind Strategie, Marketing, Finanzen sowie Organisation und Führung.
3. **Individuelle Ebene:** Auf individueller Ebene werden die Einflußfaktoren Person und persönliches Umfeld innerhalb des unternehmerischen Prozesses betrachtet. Im einzelnen werden dabei demographische, eigenschaftsorientierte und verhaltensorientierte Erklärungsansätze untersucht.

Eine Unterteilung in mehr als drei Ebenen ist deshalb nicht sinnvoll, weil sie dazu führt, daß die Beiträge der verschiedenen Wissenschaften isoliert betrachtet werden. Querverbindungen werden so kaum sichtbar.

### **2.1.2. Dimension II: Der unternehmerische Prozeß**

Low und MacMillan (1988) stellen fest, daß die Erkenntnis, daß Gründungsunternehmen verschiedene Phasen durchlaufen, in einer tragfähigen Entrepreneurship-Theorie zwingend enthalten sein muß.<sup>163</sup> Die Antwort auf die Fragestellung wie Unternehmen gegründet werden, könne nur durch eine prozessuale Sichtweise erforscht werden. Diese Aussage deckt sich mit den modernen prozeßorientierten Definitionsansätzen des Entrepreneurship.

Aus diesem Grund wurde in Kapitel B.4 Entrepreneurship für die vorliegende Arbeit wie folgt definiert: Entrepreneurship ist ein Prozeß. Dieser beginnt mit der Ideengenerierung, umfaßt zwingend die Gründung eines Unternehmens und endet mit dem Aufbau formaler Führungssysteme oder dem vorzeitigen Austritt des Gründers.

Diese Definition setzt dem Prozeß des Entrepreneurship einen Anfangs- (Ideengenerierung) und einen Endpunkt (Aufbau formaler Führungssysteme oder vorzeitiger Austritt des Gründers). Zudem bildet die Gründung einen zwingend erforderlichen Bestandteil des Entrepreneurship. Die Definition läßt jedoch offen, welche Phasen im einzelnen durchlaufen bzw. wie diese benannt werden. Über diese Fragestellung herrscht in der Literatur keine Einigkeit. Es gibt eine Vielzahl von

<sup>161</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.151.

<sup>162</sup> Vgl. Gartner (1985), S.702.

<sup>163</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.153.

Ansätzen, den unternehmerischen Prozeß als logische Abfolge von Schritten darzustellen.<sup>164</sup> Einige Beispiele sind in Abbildung 11 zusammengefaßt.

Autor	Prozeßschritte
Bygrave (1989a)	Innovation, Triggering Event, Implemetation, Growth
Van de Ven (1989)	Initiation, Start-up, Take-off
Gartner (1993)	Initiation, Prelaunch, Start-up, Postlaunch, Take-off
Bhave (1994)	Opportunity Stage, Technology Setup & Organization Creation Stage, Exchange Stage
Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995)	Idea, Intention, Development, Outcomes
Hoy (1995)	Opportunity Recognition, Start-up, Organization Creation, Growth, Exit

Abbildung 11: Ansätze zur Phasenunterteilung des unternehmerischen Prozesses<sup>165</sup>

Die in der Literatur vorzufindenden Modelle zur Phasenbildung im unternehmerischen Prozeß bergen einige Probleme in sich:

1. Viele der in Abbildung 11 dargestellten Modelle beinhalten den methodischen Fehler, daß Ereignisse (z.B. 'start-up' oder 'triggering event') mit Phasen (z.B. 'development' oder 'growth') vermischt werden.<sup>166</sup>
2. Viele der Autoren skizzieren die einzelnen Phasen und die Übergänge zwischen den Phasen nur ungenau.<sup>167</sup> Zudem fehlt zumeist eine Erklärung, warum genau die Anzahl der vom Autor gewählten Phasen zu unterscheiden ist.
3. Die Terminologie ist ebenfalls nicht immer eindeutig.<sup>168</sup> Dies macht eine - ohnehin schwierige - empirische Überprüfung der Hypothesen fast unmöglich.

Trotz der aus Abbildung 11 ersichtlichen Begriffs- und Abgrenzungsvielfalt und der damit verbundenen Probleme lassen sich fast alle Konzepte auf drei separate Phasen zurückführen, die gegebenenfalls durch Subprozesse vervollständigt werden können und die in der vorliegenden Arbeit Anwendung finden:

1. **Phase der Ideenfindung:** Diese Phase beginnt mit der Generierung von Gründungsideen. Sie endet mit der Selektion einer Idee und der festen Absicht, diese Idee in einer Unternehmensgründung umzusetzen.
2. **Phase der Umsetzung:** In diese Phase fällt die Weiterentwicklung der Idee zu einem systematischen Gründungskonzept. Dies kann in Form einer Machbarkeitsanalyse ('feasibility study') oder eines Business Plans geschehen. Die Phase beinhaltet auch die Beschaffung von Ressourcen und deren erste Allokation (z.B.

<sup>164</sup> Für eine Übersicht über weitere Phasenunterteilung Vgl. Dietz (1989), S.35ff.

<sup>165</sup> Vgl. Bhave (1994), S.135; Vgl. Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995), S.135; Vgl. Bygrave (1989a), S.9; Vgl. Gartner (1993), S.233; Vgl. Hoy (1995), S.144; Vgl. Van de Ven (1989), S.225.

<sup>166</sup> Als Beispiel sei die Modellierung bei Bygrave (1989a), S.9, genannt, der 'triggering event' und 'growth' verwendet.

<sup>167</sup> Vgl. z.B. Van de Ven (1993), S.225, der 'takeoff' als den Zeitpunkt definiert, zu dem die Geschäftseinheit ohne externe Unterstützung der Initiatoren weiterleben und -wachsen kann. Diese Abgrenzung ist nicht operationalisierbar.

<sup>168</sup> Vgl. Gartner (1993), S.233.



für Produktentwicklung, Organisationsgründung und Marketing). Das Unternehmen wird formal gegründet und auf die Marktaktivität vorbereitet.<sup>169</sup>

3. Phase der Entwicklung: Diese Phase beginnt mit dem ersten Umsatz des neu gegründeten Unternehmens.<sup>170</sup> Sie beinhaltet folglich den Aufbau von Austauschbeziehungen zwischen dem Unternehmen und Kunden bzw. Lieferanten. Eine konkrete Beziehung zwischen Geschäftsidee und Markt entsteht.<sup>171</sup> Auch das Wachstum des Unternehmens ist enthalten. Die Phase endet mit dem Aufbau formaler Führungssysteme oder mit dem vorzeitigen Austritt des Gründers (bzw. der Gründer).

### 2.1.3. Der zweidimensionale Bezugsrahmen

Anhand der beiden in den vorhergehenden Kapiteln entwickelten Dimensionen läßt sich nun der Bezugsrahmen festlegen, anhand dessen die Darstellung und Analyse der Forschungsergebnisse erfolgt. Dieser ist in Abbildung 12 veranschaulicht.

Aggregationsniveau	Phasen des unternehmerischen Prozesses		
	Ideenfindung	Umsetzung	Entwicklung
<b>Umweltebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturelle Rahmenbedingungen</li> <li>• Gesetzliche und steuerliche Rahmenbedingungen</li> <li>• Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur</li> <li>• Öffentliche Gründungsförderung</li> <li>• Kapitalmarktstruktur</li> <li>• Industriestruktur</li> </ul>			
<b>Unternehmensebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie</li> <li>• Finanzen</li> <li>• Marketing</li> <li>• Organisation und Führung</li> </ul>			
<b>Individuelle Ebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demographische Charakteristika</li> <li>• Eigenschaften</li> <li>• Verhalten</li> </ul>			

Abbildung 12: Bezugsrahmen der Entrepreneurship-Forschung

Jedes einzelne Feld des Bezugsrahmens wird in den folgenden Kapiteln mit den inhaltlichen Ergebnissen der Entrepreneurship-Forschung „gefüllt“. Einige der Felder

<sup>169</sup> Vgl. Katz und Gartner (1988), S.430ff.

<sup>170</sup> Vgl. Bhave (1994), S.236

<sup>171</sup> Vgl. Block und MacMillan (1985), S.184ff.

sind dabei logisch wenig sinnvoll (z.B. die Kombination des Faktors Finanzen auf der Unternehmensebene mit der Phase der Ideenfindung). Andere Felder sind zwar sinnvoll, es existieren jedoch bislang keine inhaltlichen Ergebnisse der Entrepreneurship-Forschung für diesen spezifischen Aspekt. In beiden Fällen wird auf das Fehlen von Inhalten hingewiesen und dieses - wenn möglich - begründet. Dieser Bezugsrahmen erlaubt es, Querverbindungen innerhalb einer Aggregationsebene deutlich zu machen. Dies ist sinnvoll, weil sich die meisten Forschungsansätze auf die Betrachtung nur jeweils einer Ebene beschränken.<sup>172</sup>

Die Struktur der folgenden Kapitel orientiert sich zunächst an der betrachteten Aggregationsebene. Innerhalb der einzelnen Kapitel werden dann die verschiedenen Phasen des unternehmerischen Prozesses geschildert.

Ebenenübergreifende Modelle, die mehr als eine der Aggregationsebenen betrachten, werden in Kapitel D.2.5 dargestellt. Sie lassen sich trotz ihres übergreifenden Charakters jedoch immer noch anhand des Bezugsrahmens einordnen. Modelle, die sowohl mehrere Ebenen als auch mehrere Prozeßphasen integrieren, werden in Kapitel D.2.6 beschrieben und bilden den Abschluß der Erörterung der Inhalte der Entrepreneurship-Forschung. Auch hier ist eine Strukturierung anhand des vorgestellten Bezugsrahmens sinnvoll.

## 2.2. Umweltebene

Auf der Aggregationsebene der Umwelt ist die Gesamtheit aller Faktoren und deren Interaktionen zu betrachten, die die Phasen des unternehmerischen Prozesses beeinflussen.<sup>173</sup> Neben ökonomischen werden hierbei auch sozio-kulturelle und politische Faktoren betrachtet, die Entrepreneurship fördern oder behindern.<sup>174</sup>

Im folgenden werden die wichtigsten Einflußfaktoren auf der Umweltebene skizziert.<sup>175</sup> Dies sind die kulturellen Rahmenbedingungen, die gesetzlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen, die Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur, die öffentliche Gründungsförderung, die Kapitalmarktstruktur und die Industriestruktur.

Peterson (1988) weist darauf hin, daß empirische Forschung über die Rahmenbedingungen des Entrepreneurship immer vergleichend (d.h. zwischen zwei Ländern oder zwischen zwei Regionen eines Landes) sein muß, damit die Ergebnisse bewertet werden können.<sup>176</sup> Die konzeptionellen Ansätze werden daher im folgenden jeweils durch den empirischen Befund für die USA und Deutschland ergänzt.

Aus Sicht des einzelnen Unternehmers sind die betrachteten Einflußgrößen zwar bedeutend, stellen jedoch exogene Variablen dar. Aus den Erkenntnissen über die

---

<sup>172</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.151

<sup>173</sup> Vgl. Gnyawali und Fogel (1994), S.44.

<sup>174</sup> Vgl. Kurz, Röger und Zarth (1990), S.42ff.

<sup>175</sup> Den Autoren ist bewußt, daß die vollständige Diskussion jeder einzelnen Kategorie eine eigenständige Diplomarbeit rechtfertigen würde.

<sup>176</sup> Vgl. Peterson (1988), S.4f.

Einflußfaktoren auf der Umweltebene folgen vielmehr wichtige Implikationen für die Wirtschaftspolitik. Diese Untersuchungen können im folgenden allerdings nur kurz dargestellt werden, da der Fokus dieser Arbeit der unternehmerische Prozeß und damit die Forschung für den einzelnen Unternehmer ist.

### **2.2.1. Kulturelle Rahmenbedingungen**

Kulturelle Rahmenbedingungen des Entrepreneurship lassen sich in mehrere Einzelfaktoren untergliedern.<sup>177</sup> Diese sind die allgemeine Bereitschaft zu Veränderungen, das Autonomiestreben, die Risikoeinstellung, der gesellschaftliche Status selbständiger Unternehmer sowie die Bedeutung des Scheiterns als Unternehmer für den weiteren Lebensweg.

#### **2.2.1.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse**

Es herrscht weitgehend Einigkeit darüber, daß die kulturellen Rahmenbedingungen eines Landes einen starken Einfluß auf das Entrepreneurship haben.<sup>178</sup> Dennoch konzentrierte sich die Forschung lange Zeit auf die Erforschung der Eigenschaften und Werte einzelner Unternehmer, und ließ die Betrachtung auf Ebene der Gesellschaft weitgehend außer acht.<sup>179</sup>

##### **2.2.1.1.1. Ideenfindung**

Eine ausgeprägte Bereitschaft zu Veränderungen und ein starkes Autonomiestreben in der Bevölkerung sind wichtige Voraussetzungen für Individuen, sich überhaupt mit dem Gedanken an eine Unternehmensgründung zu befassen.<sup>180</sup> Während in den USA von einem Veränderungsenthusiasmus ('enthusiasm for change') die Rede ist<sup>181</sup>, ist diese Einstellung in Deutschland bislang nur schwach ausgeprägt.<sup>182</sup>

Die Risikoeinstellung der Bevölkerung ist für das Entrepreneurship ebenfalls bedeutend. Während in den USA die Einstellung vorherrscht, daß Risiko akzeptabel ist, wenn es in vernünftiger Relation zum potentiellen Ertrag steht, besteht in Deutschland in weiten Kreisen der Bevölkerung ein starkes Sicherheitsstreben.<sup>183</sup> Unternehmensgründungen involvieren verschiedene Arten von Risiken. Dazu zählen das finanzielle Risiko, das Karriererisiko und das persönliche Risiko (aus familiärer und psychischer Sicht).<sup>184</sup> In der deutschen Bevölkerung ist die Bereitschaft sehr gering, einen sicheren Arbeitsplatz in einem etablierten Unternehmen aufzugeben und das finanzielle Risiko einer Gründung auf sich zu nehmen.

<sup>177</sup> Eine ähnliche Untergliederung findet sich bei Davidsson und Delmar (1992), S.445f.

<sup>178</sup> Vgl. Berger (1991), S.1; Vgl. Carsrud und Johnson (1990), S.26; Vgl. Davidsson und Delmar (1992), S.444; Vgl. Etzioni (1987), S.175ff.; Vgl. Shapero und Sokol (1982), S.83; Vgl. Scheinberg und MacMillan (1988), S.671.

<sup>179</sup> Vgl. Davidsson und Delmar (1992), S.444.

<sup>180</sup> Vgl. Davidsson und Delmar (1992), S.450.

<sup>181</sup> Vgl. o.V. (1997): *Future Perfect?*, S.11.

<sup>182</sup> Vgl. Fetzer (1991), S.119; Vgl. Schween (1996), S.43.

<sup>183</sup> Vgl. Schween (1996), S.43, der auf die Ergebnisse einer Studie verweist, wonach die Risikobereitschaft in Deutschland deutlich schwächer ausgeprägt ist als in anderen europäischen Ländern. Dies gilt auch für Investoren.

<sup>184</sup> In Anlehnung an Brockhaus (1985), S.470, der vier Dimensionen des Gründungsrisikos identifiziert.

In den USA ist der gesellschaftliche Status eines Unternehmers sehr hoch. Unternehmer verkörpern dort Begriffe wie Kreativität, Innovation oder das Erkennen und Nutzen von Chancen.<sup>185</sup> Eine Studie berichtet, daß annähernd 70% der amerikanischen Schüler den Wunsch haben, Unternehmer zu werden.<sup>186</sup> Des weiteren genießen Unternehmer ein höheres Ansehen als in Großunternehmen tätige Manager.<sup>187</sup> Durch unternehmerische Tätigkeit erreichter Wohlstand wird als Erfüllung des 'American Dream' angesehen und eher als Ansporn zur Nachahmung, denn als Grund zu Neid empfunden.<sup>188</sup> In Deutschland haben Unternehmer hingegen nur ein mittleres gesellschaftliches Ansehen hinter Berufsgruppen wie Ärzten, Professoren, Rechtsanwälten, Apothekern und Grundschullehrern.<sup>189</sup>

Das Risiko einer Unternehmensgründung ist in Deutschland auch deshalb sehr hoch, da das Scheitern für einen Unternehmer weitreichende negative Konsequenzen hat. Unternehmer haben nach gescheiterten Gründungen erhebliche Probleme, wieder eine Anstellung zu finden oder neue Kapitalgeber zur Unterstützung eines weiteren Gründungsvorhabens zu gewinnen.<sup>190</sup> In den USA hingegen werden auch gescheiterte Unternehmensgründungen toleriert und bergen somit geringere potentielle Kosten.<sup>191</sup>

#### 2.2.1.1.2. Umsetzung

Eine empirische Untersuchung von Davidsson und Delmar (1992) deutet darauf hin, daß ein starkes Autonomiestreben und eine ausgeprägte Bereitschaft zu Veränderungen die Anzahl der Unternehmensgründungen positiv beeinflussen.<sup>192</sup> Zudem bezeichnen verschiedene Autoren den gesellschaftlichen Status von Unternehmern als positiven Einflußfaktor auf die Anzahl der Unternehmensgründungen.<sup>193</sup> Davidsson und Delmar weisen dies empirisch nach.<sup>194</sup>

#### 2.2.1.1.3. Entwicklung

Die für die Phasen der Ideenfindung und Umsetzung erkannten Einflußgrößen der kulturellen Rahmenbedingungen sind auch im weiteren Verlauf des unternehmerischen Prozesses eines Unternehmens von Bedeutung. Für diese Phase existieren nach Informationen der Verfasser allerdings keine empirischen Studien.

#### 2.2.1.2. Kritische Würdigung

Der Zusammenhang zwischen kulturellen Rahmenbedingungen und Entrepreneurship wird für die einzelnen Phasen des unternehmerischen Prozesses meist nur in Form von Tendenzaussagen kommentiert, die jedoch nur in wenigen Fällen durch empirische Studien untermauert sind.

<sup>185</sup> Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.58.

<sup>186</sup> Vgl. o.V. (1994): *Entrepreneurship and small business in the United States*, S.18.

<sup>187</sup> Vgl. Jackson und Brophy (1986), S.616.

<sup>188</sup> Vgl. Abdnor (1988), S.1; Vgl. o.V. (1997): *Future Perfect?*, S.12.

<sup>189</sup> Vgl. o.V. (1995): *Unternehmer-Image*, S.197; Vgl. Unterkofler (1988), S.202.

<sup>190</sup> Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.59.

<sup>191</sup> Vgl. Merrifield (1987), S.284; Vgl. o.V. (1997): *Future Perfect?*, S.7.

<sup>192</sup> Vgl. Davidsson und Delmar (1992), S.450.

<sup>193</sup> Vgl. Begley et al. (1997), S.21f.; Vgl. Ettinger und Fromont (1985), S.21f; Vgl. Jackson und Brophy (1986), S.616; Vgl. Suarez-Villa (1989), S.18; Vgl. Unterkofler (1988), S.202.

<sup>194</sup> Vgl. Davidsson und Delmar (1992), S.450.

Das zentrale Problem der Erforschung der Wirkung kultureller Rahmenbedingungen auf die Ideenfindung besteht in der Operationalisierung des Einflußfaktors und des Prozeßschritts. Die Ergebnisse für die Umsetzungsphase basieren zwar nicht auf einer Theorie, sind aber empirisch abgesichert. Der Vorteil dieses Prozeßschritts liegt in der Meßbarkeit von Unternehmensgründungen.

Insgesamt ist die Forschung über kulturelle Rahmenbedingungen ausschließlich deskriptiv. Sie hat überwiegend wirtschaftspolitische Implikationen, wobei auch diese wegen der Langfristigkeit von Werten und Normen für konkrete wirtschaftspolitische Entscheidungen tendenziell wenig bedeutsam sind. Für Unternehmensgründer liefert der Forschungsbereich keine Ergebnisse.

### **2.2.2. Gesetzliche und steuerliche Rahmenbedingungen**

Anforderung an die Entrepreneurship-Forschung zu den gesetzlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen ist es, den Einfluß einzelner Regelungen sowie der Gesamtheit der Regelungen auf den unternehmerischen Prozeß zu identifizieren und zu erklären.

#### **2.2.2.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse**

Gesetzliche und steuerliche Rahmenbedingungen werden in verschiedenen Publikationen als wichtig anerkannt.<sup>195</sup> Dabei steht die Betrachtung der für den unternehmerischen Prozeß relevanten Aspekte in aller Regel jedoch nicht im Zentrum der Betrachtung.

##### **2.2.2.1.1. Ideenfindung**

Der Einfluß gesetzlicher und steuerlicher Rahmenbedingungen auf die Ideenfindungsphase wurde in der Entrepreneurship-Forschung bislang nicht untersucht. Da die Einkommenssteuersätze und die Kapitalertragssteuersätze in Deutschland über denen der USA liegen, kann vermutet werden, daß das deutsche Steuersystem einen negativen Einfluß auf die Gründungsneigung ausübt.<sup>196</sup> Diese Hypothese ist allerdings bislang noch nicht empirisch überprüft worden.

##### **2.2.2.1.2. Umsetzung**

Aus der Beobachtung des Gründungsgeschehens in Deutschland kann gefolgert werden, daß sich die zahlreichen bürokratischen Hürden (z.B. Anmeldungs- und Genehmigungsverfahren), die im Zuge der Unternehmensgründung zu bewältigen sind, zu einem Standortnachteil entwickelt<sup>197</sup> und sogar zum Unterbleiben der Entwicklung ganzer Industrien (z.B. der Biotechnologie) geführt haben. Eine aktuelle Untersuchung weist jedoch darauf hin, daß in den letzten Jahren spürbare Verbesserungen erzielt wurden.<sup>198</sup>

Außerdem tragen nach Ansicht einiger Autoren Steueraspekte dazu bei, daß in Deutschland im Gegensatz zu den USA Engpässe bei der Finanzierung mit

<sup>195</sup> Vgl. Albach (1997), S.445; Vgl. Kaufmann (1995), S.179; Vgl. Siu und Martin (1992), S.89.

<sup>196</sup> Vgl. Berger (1996), S.79; Vgl. o.V. (1996): *Jahrbuch 1996*, S.14.

<sup>197</sup> Vgl. Albach (1997), S.445.

<sup>198</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsinitiative Nordrhein-Westfalen*, S.156f.

Risikokapital auftreten.<sup>199</sup> Ferner sind die Arbeitskosten in Deutschland unter anderem aus steuerlichen Gründen deutlich höher als in den USA<sup>200</sup>, was die Unternehmen unter Kostendruck setzt und dazu beiträgt, daß Gründungsideen nicht oder zumindest nicht in Deutschland realisiert werden.<sup>201</sup>

### 2.2.2.1.3. Entwicklung

Auch in der Entwicklungsphase des unternehmerischen Prozesses haben gesetzliche und steuerliche Rahmenbedingungen eine große Bedeutung. Wie bereits für die vorgelagerten Phasen wurde dies in der Entrepreneurship-Forschung bislang jedoch nicht betrachtet.

### 2.2.2.2. Kritische Würdigung

Für den Zusammenhang zwischen gesetzlichen bzw. steuerlichen Rahmenbedingungen und Entrepreneurship existiert im Rahmen der Entrepreneurship-Forschung keine Theorie. Für die einzelnen Phasen des unternehmerischen Prozesses wird der Einfluß lediglich in Form von Tendenzaussagen kommentiert, die jedoch nur zum Teil durch empirische Studien belegt sind.

### 2.2.3. Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur

Zur Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur zählen unabhängige Forschungsinstitute, Hochschulen sowie Institutionen mit der Aufgabe der Technologiekommerzialisierung.<sup>202</sup>

#### 2.2.3.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Die Bedeutung der Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur für das Entrepreneurship ist allgemein anerkannt.<sup>203</sup> Dabei ist vor allem der Aspekt der Technologiekommerzialisierung von Interesse.

##### 2.2.3.1.1. Ideenfindung

In den USA wurden Studien zum Technologietransfer von Hochschulen in die Wirtschaft durchgeführt. Die Anzahl der generierten Gründungsideen wird dabei in der Regel durch die Anzahl der angemeldeten Patente operationalisiert. Mit der Anzahl an Forschungseinrichtungen und Hochschulen in einer bestimmten Region steigt eindeutig auch die Anzahl der Patentanmeldungen.<sup>204</sup>

Die Ausbildungsinfrastruktur ist eine der Determinanten der Anzahl an qualifizierten Individuen, die als Unternehmensgründer in Frage kommen. Schween (1996) sieht in der langen und oft sehr theoretisch geprägten Ausbildung in Deutschland eine

<sup>199</sup> Vgl. Kaufmann (1995), S.177.

<sup>200</sup> Vgl. Berger (1996), S.79.

<sup>201</sup> Bania, Eberts und Fogarty (1993), S.763, weisen in einer Studie über verschiedene Regionen der USA einen negativen Zusammenhang zwischen der Höhe der Lohnkosten und der Anzahl an Gründungen nach.

<sup>202</sup> Vgl. Parker und Zilberman (1993), S.87; Gründungs- oder Technologiezentren, die man auch diesem Bereich zuordnen könnte, werden im folgenden Kapitel behandelt.

<sup>203</sup> Vgl. Bania, Eberts und Fogarty (1993), S.765; Vgl. Brown (1984), S.136; Vgl. Bygrave (1997), S.7; Vgl. Denton (1997), S.2; Vgl. Müller von Blumencron (1997), S.74; Vgl. o.V. (1996): *MIT: The Impact of Innovation*, S.1ff.; Vgl. Parker und Zilberman (1993), S.98; Vgl. Quattrone (1997), S.1.

<sup>204</sup> Vgl. Bania, Eberts und Fogarty (1993), S.765; Vgl. Parker und Zilberman (1993), S.87.

mögliche Ursache für den geringen Anteil der Akademiker, die sich selbständig machen.<sup>205</sup> Verschiedene Autoren gehen davon aus, daß deshalb ein großes unternehmerisches Potential verloren geht.<sup>206</sup> Des weiteren existiert in Deutschland faktisch keine Entrepreneurship-Ausbildung, die Gründer speziell auf die unternehmerische Tätigkeit vorbereitet.<sup>207</sup>

#### 2.2.3.1.2. Umsetzung

Hinsichtlich der Grundlagenforschung gilt die deutsche Wissenschaftsinfrastruktur grundsätzlich als gut.<sup>208</sup> Allerdings hemmt das in Deutschland fast ausschließlich vom Staat getragene Hochschulsystem<sup>209</sup> den Technologietransfer, weil eine direkte Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Unternehmen nicht in ausreichendem Maße gegeben ist.<sup>210</sup> Technische Neuerungen werden somit häufig nicht in Gründungskonzepten verwertet.

Der nachweisliche Einfluß der Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur auf die Anzahl an Innovationen deutet darauf hin, daß dieser Umweltfaktor auch zur Anzahl der Unternehmensgründungen in enger Beziehung steht. Bania, Eberts und Fogarty (1993) kommen zu dem Ergebnis, daß die Innovationen der ingenieur- und naturwissenschaftlichen Fakultäten amerikanischer Universitäten in einigen Branchen die Anzahl der Unternehmensgründungen signifikant positiv beeinflussen.<sup>211</sup> Dies ist vor allem auf die enge Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Wirtschaft zurückzuführen, die einen schnellen Wissenstransfer ermöglicht.<sup>212</sup>

#### 2.2.3.1.3. Entwicklung

Die Bedeutung der Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur für die Entwicklungsphase wurde von der Entrepreneurship-Forschung bislang nicht untersucht. Die Beobachtung, daß sich die Regionen mit besonders vielen erfolgreichen Gründungsunternehmen (z.B. Silicon Valley, Boston oder Austin<sup>213</sup>) dort entwickelt haben, wo auch führende Hochschulen angesiedelt sind, deutet jedoch auf eine große Bedeutung hin.<sup>214</sup> Derartige Zentren der unternehmerischen Aktivität haben sich in Deutschland bislang nicht entwickelt.

<sup>205</sup> Vgl. Richert und Schiller (1994), S.20; Vgl. Schween (1996), S.42; Vgl. zur Thematik der theorielastigen Ausbildung auch Lück, Jung und Böhmer (1996), S.440.

<sup>206</sup> Vgl. Hoch (1997), S.I; Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.41.

<sup>207</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.40.

<sup>208</sup> Vgl. Berger (1996), S.77.

<sup>209</sup> Vgl. Carsrud (1991), S.71.

<sup>210</sup> Vgl. Berger (1996), S.81.

<sup>211</sup> Vgl. Bania, Eberts und Fogarty (1993), S.765.

<sup>212</sup> Vgl. Allesch (1993), S.117f.; Vgl. Bania, Eberts und Fogarty (1993), S.765; Vgl. Merrifield (1987), S.280; Vgl. Quattrone (1997), S.1.

<sup>213</sup> Vgl. Bania, Eberts und Fogarty (1993), S.761; Vgl. Bygrave (1997), S.5; Vgl. Bygrave und Timmons (1992), S.3; Vgl. Curran, Stanworth und Watkins (1986), S.95; Vgl. Denton (1997), S.2; Vgl. Kirchhoff und Phillips (1989), S.186; Vgl. o.V. (1997): *Future Perfect?*, S.7; Vgl. Preston (1997), S.15; Vgl. Quattrone (1997), S.1; Vgl. Simon (1997), S.4.

<sup>214</sup> Vgl. Brown (1984), S.136; Vgl. Bygrave (1997), S.7; Vgl. Denton (1997), S.2; Vgl. Parker und Zilberman (1993), S.98; Vgl. Quattrone (1997), S.1.

### 2.2.3.2. Kritische Würdigung

Für den Zusammenhang zwischen der Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur und Entrepreneurship existieren einige empirische Studien, die aus wirtschafts-politischer Sicht interessante Ergebnisse liefern, insbesondere hinsichtlich des Technologietransfers von Hochschulen in die Wirtschaft. Die Forschung zu diesem Themenkomplex ist für einzelne Gründer bzw. Gründungsunternehmen jedoch wenig maßgeblich.

### 2.2.4. Öffentliche Gründungsförderung

Die öffentliche Gründungsförderung kann verschiedene Formen annehmen. Grundsätzlich kann zwischen monetären und nicht-monetären Förderungsleistungen unterschieden werden. Auf monetärer Seite zählen dazu Finanzierungshilfen (z.B. Eigenkapitalhilfen oder verbilligte Kredite)<sup>215</sup> und Subventionen. Als nicht-monetäre Leistungen können Beratungsdienste und Gründungszentren<sup>216</sup> eingestuft werden.

Gründungszentren bieten neu gegründeten Unternehmen kostengünstige Büroflächen, zentrale Bürodienste sowie betriebswirtschaftliche Beratung und Betreuung an.<sup>217</sup> Ziel ist es, die Überlebens- und Wachstumschancen der von ihnen betreuten Gründungsunternehmen zu verbessern und somit die regionale wirtschaftliche Entwicklung zu fördern.<sup>218</sup> Eine substantielle Verbreitung von Gründungszentren hat in den USA nach 1985 eingesetzt. Bis 1990 ist ihre Anzahl auf 385 angestiegen.<sup>219</sup> Es wird geschätzt, daß sich diese Zahl bis heute auf über 500 Zentren erhöht hat.<sup>220</sup> In der Bundesrepublik gab es 1996 rund 100 Gründungszentren.<sup>221</sup>

Eine öffentliche Förderungsinfrastruktur ist deshalb notwendig, weil sich die Akteure der privaten Gründungsinfrastruktur (z.B. private Unternehmensberatungen, Venture-Capital-Firmen) weitgehend auf innovative Gründungsunternehmen mit hohem Wachstumspotential konzentrieren und somit nur einen Bruchteil aller Gründungen unterstützen.<sup>222</sup>

#### 2.2.4.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Hinsichtlich der Gründungszentren gibt es in der Entrepreneurship-Literatur zwei Typen von Publikationen. Der erste Typ beschreibt, wie Gründungszentren konzipiert

<sup>215</sup> Vgl. Kurz, Röger und Zarth (1990), S.6ff. für einen Überblick über die Finanzierungshilfen in Deutschland; Vgl. Müller (1993), S.154 für einen Überblick über gesonderte Förderungsleistungen für Gründungsunternehmen in den neuen Bundesländern nach der Wiedervereinigung.

<sup>216</sup> Gründungszentren werden z.T. auch als Technologiezentren, Technologieparks oder (in Anlehnung an den amerikanischen Begriff 'Incubator') als Inkubatoren bezeichnet. Vgl. Krist (1985), S.170; Vgl. Mayer (1988), S.32f.; Vgl. Unterkofler (1988), S.206f.; Vgl. Schween (1996), S.54. Im Rahmen dieser Arbeit wird der Begriff Gründungszentrum als Oberbegriff verwendet.

<sup>217</sup> Vgl. Allen (1985), S.39; Vgl. Allen und McCluskey (1990), S.61; Vgl. Kuratko und LaFollette (1987), S.49; Vgl. Lumpkin und Ireland (1988), S.60; Vgl. Merrifield (1987), S.279; Vgl. Spitzer und Ford (1989), S.437; Vgl. Mayer (1988), S.32f. für Deutschland.

<sup>218</sup> Vgl. Lumpkin und Ireland (1988), S.64; Vgl. Kuratko und LaFollette (1987), S.50, Vgl. Spitzer und Ford (1989), S.438.

<sup>219</sup> Vgl. Allen und McCluskey (1990), S.63.

<sup>220</sup> Vgl. Allen und McCluskey (1990), S.62.

<sup>221</sup> Vgl. Schween (1996), S.54.

<sup>222</sup> Vgl. Chrisman, Hoy und Robinson (1987), S.326.



sind und welche Leistungen sie erbringen.<sup>223</sup> In einigen Fällen werden in den Zentren angesiedelte Gründungsunternehmen über die Bedeutung und die Qualität der ihnen angebotenen Leistungen befragt, wobei in der Regel das Infrastruktur-Angebot sehr positiv, die betriebswirtschaftlichen Beratungsleistungen jedoch eher negativ bewertet werden.<sup>224</sup> Der zweite Typ untersucht die kritischen Erfolgsfaktoren bzw. die Auswahlkriterien der Gründungszentren, um eine normative Aussage ableiten zu können, welche Gründungsunternehmen aufgenommen werden sollten, damit das Zentrum erfolgreich arbeitet.<sup>225</sup>

#### 2.2.4.1.1. Ideenfindung

In der Phase der Ideenfindung kommt als einzige Gründungsförderungsleistung die Beratung in Betracht. Dabei werden die Gründungsideen sorgfältig analysiert und weiteres Potential sowie Schwachstellen aufgezeigt. White und Reynolds (1996) kommen zu dem Ergebnis, daß derartige Beratungsmaßnahmen in zweierlei Hinsicht einen bedeutsamen Beitrag leisten:<sup>226</sup>

1. Die Beratung ermutigt potentielle Gründer mit tragfähigen Ideen, die Gründung auch tatsächlich zu vollziehen und ermöglicht so die Ausschöpfung des unternehmerischen Potentials.
2. Die Beratung entmutigt potentielle Gründer mit nicht überlebensfähigen Ideen und verhindert so aus ökonomischer Sicht eine Fehlallokation von Ressourcen.

#### 2.2.4.1.2. Umsetzung

Kommt es tatsächlich zur Gründung, haben die Unternehmer u.U. die Möglichkeit, öffentliche Zuschüsse für die Finanzierung ihres Unternehmens zu erhalten.<sup>227</sup> Dies senkt den Bedarf an Eigenkapital, stärkt die Kapitalausstattung des Unternehmens und erhöht so die Überlebenswahrscheinlichkeit.<sup>228</sup> Aus volkswirtschaftlicher Sicht hält Levie (1994) diese Form der Förderung für ineffizient, da sie Marktkräfte verzerrt und zu Fehlallokationen führt.<sup>229</sup> Als Beispiel nennt er die Tatsache, daß die Vergabe solcher Zuschüsse in aller Regel auf eine Risikominimierung seitens der öffentlichen Förderungseinrichtung hinausläuft, so daß etablierte Branchen überfinanziert, junge Industrien mit großem Zukunftspotential hingegen unterfinanziert werden.<sup>230</sup>

#### 2.2.4.1.3. Entwicklung

Die Entrepreneurship-Forschung zur Rolle der öffentlichen Gründungsförderung in der Entwicklungsphase ist bislang wenig entwickelt. Beispielsweise wird die Frage, wann ein Gründungsunternehmen idealerweise das Gründungszentrum verlassen sollte, von der Forschung nicht adressiert.

<sup>223</sup> Vgl. z.B. Allen und McCluskey (1990), S.66ff., oder Allen (1985), S.42ff.

<sup>224</sup> Vgl. Allen (1985), S.50f.; Vgl. Schween (1996), S.55.

<sup>225</sup> Vgl. z.B. Merrifield (1987), S.281ff., oder Lumpkin und Ireland (1988), 64ff.

<sup>226</sup> Vgl. White und Reynolds (1994), S.632; Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.2ff.

<sup>227</sup> Köllermeier (1993), S.126, und Müller (1993), S.153, weisen auf die große Bedeutung der staatlichen Gründungsförderung in den neuen Bundesländern nach der Wiedervereinigung hin.

<sup>228</sup> Vgl. Chrisman, Hoy und Robinson (1987), S.326.

<sup>229</sup> Vgl. Levie (1994), S.525.

<sup>230</sup> Vgl. Levie (1994), S.515f.

### 2.2.4.2. Kritische Würdigung

Die Entrepreneurship-Forschung im Bereich der öffentlichen Gründungsförderung ist stark auf Gründungszentren ausgerichtet. Welche Leistungen aus Sicht der Unternehmen sinnvoll sind, bleibt jedoch weitgehend unbeantwortet. Dennoch gilt selbst die Forschung über Gründungszentren als nicht ausreichend entwickelt.<sup>231</sup> Die vorhandenen Studien sind fast ausschließlich deskriptiv. Hinsichtlich der Frage nach zentralen Erfolgsfaktoren wurden wegen der Verschiedenheit der Gründer, der Branchen und des regionalen Umfelds bislang keine befriedigenden Ergebnisse erzielt. Zudem wurde nur in wenigen Fällen untersucht, ob die staatlichen Förderungsleistungen im allgemeinen effizient in dem Sinne sind, daß sie mittel- bis langfristig mehr ökonomischen Nutzen stiften (z.B. in Form geschaffener Arbeitsplätze und Steuereinnahmen) als sie kosten.<sup>232</sup>

### 2.2.5. Kapitalmarktstruktur

Effiziente Kapitalmärkte sind für Entrepreneurship in verschiedener Hinsicht bedeutsam. Jedes Gründungsunternehmen, das nicht ausschließlich das Kapital des Gründers einsetzt, muß sich in irgendeiner Form über den Kapitalmarkt finanzieren. Auch die Finanzierung des Wachstums oder eine Veränderung in der Eigentümerstruktur (z.B. durch eine Börseneinführung) bringt die Gründungsunternehmen in vielen Fällen dazu, auf dem Kapitalmarkt aufzutreten.

#### 2.2.5.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Die Inhalte der Entrepreneurship-Forschung lassen sich den Phasen des unternehmerischen Prozesses entsprechend in Gründungsfinanzierung (Umsetzung) sowie Wachstumsfinanzierung und Austrittsmöglichkeiten (Entwicklung) einteilen.

##### 2.2.5.1.1. Ideenfindung

In der Phase der Ideenfindung spielen Kapitalmarktgegebenheiten keine Rolle. In der Forschung wird dieser Bereich folglich nicht abgedeckt.

##### 2.2.5.1.2. Umsetzung

Ein zentraler Schritt im Rahmen der Unternehmensgründung liegt in der Finanzierung.<sup>233</sup> Im Vergleich zu den USA ist die Verfügbarkeit von Risikokapital in Deutschland sehr beschränkt. In den USA stand 1995 mehr als sieben Mal so viel Risikokapital zur Verfügung wie in Deutschland (Abbildung 13).<sup>234</sup> Dazu ist anzumerken, daß diese Zahlen noch nicht gemäß der Verteilung auf verschiedene Phasen des unternehmerischen Prozesses aufgegliedert sind. Bezieht man die (aus definitorischer Sicht schwierige) Trennung zwischen Gründungskapital und Wachstumskapital mit ein, wird der Unterschied zwischen den USA und Deutschland

<sup>231</sup> Vgl. Allen und McCluskey (1990), S.75.

<sup>232</sup> Chrisman, Hoy und Robinson (1987), S.318ff., kommen zwar zu einer positiven Antwort, weisen jedoch auf erhebliche methodische Probleme hin.

<sup>233</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.21.

<sup>234</sup> Der Multiplikator ergibt sich aus den in der Abbildung verwendeten Daten.

noch bedeutender, da in den USA ein sehr viel höherer Anteil des Fondsvolumens in den frühen Phasen investiert ist.<sup>235</sup>

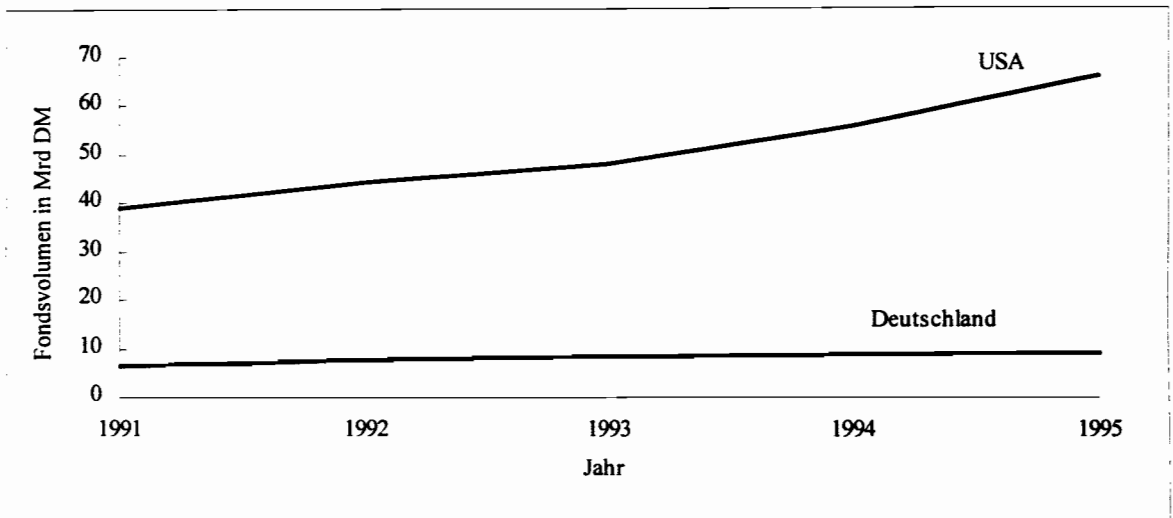


Abbildung 13: Fondsvolumen von Venture Capital- und Beteiligungsgesellschaften in den USA und in Deutschland, 1991-1995<sup>236</sup>

Als einer der Gründe für den Mangel an Risiko- und Wachstumskapital in Deutschland werden die unzureichenden Möglichkeiten, das investierte Kapital (z.B. durch eine Börseneinführung) mit hoher Rendite zurückzugewinnen, angeführt.<sup>237</sup> Auch steuerliche Aspekte werden genannt.<sup>238</sup> Zudem erschwert die Struktur des deutschen Bankensektors die Gründungsfinanzierung. Die Universalbanken haben bei der Betreuung kleiner und mittlerer Unternehmen nur ein begrenztes Interesse, Beteiligungskapital zu vermitteln und damit Kreditkunden zu verlieren.<sup>239</sup> Die gegebenen Kredite ersetzen Venture Capital jedoch nicht.<sup>240</sup>

1995 wurden in den USA ungefähr 1150 junge Unternehmen durch Venture-Capital-Investitionen finanziert, in Deutschland rund 525.<sup>241</sup> Betrachtet man diese Zahlen im Verhältnis zur absoluten Anzahl an Unternehmensgründungen in den beiden Ländern, so wird klar, daß Venture Capital nicht von herausragender Bedeutung ist. Die durch Venture Capital geförderten Unternehmen sind eine sehr kleine „Elite“, aus deren Reihen außergewöhnliche Firmen (z.B. Digital Equipment, Apple, Federal Express)

<sup>235</sup> Vgl. o.V. (1996): *National Venture Capital Association - Annual Report 1995*, S.7 und o.V. (1996): *Jahrbuch 1996*, S.111. Vgl. hierzu auch Kaufmann (1995), S.176.

<sup>236</sup> USA: Daten aus o.V. (1996): *National Venture Capital Association - Annual Report 1995*, S.60; Umrechnung mit dem jeweiligen jahresdurchschnittlichen Wechselkurs; Deutschland: Eigene Berechnungen basierend auf o.V. (1996): *Jahrbuch 1996*, S.109.

<sup>237</sup> Vgl. Kaufmann (1995), S.175.

<sup>238</sup> Vgl. Kaufmann (1995), S.177.

<sup>239</sup> Vgl. Kaufmann (1995), S.176.

<sup>240</sup> Albach (1997), S.446, verweist auf eine Studie des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM, Bonn) über die Finanzierung von mittelständischen Unternehmen mit Risikokapital, die zu dem Ergebnis kommt, daß innovative und schnell wachsende Unternehmen durch die gängigen Raster der Kreditfinanzierung fallen.

<sup>241</sup> o.V. (1996): *National Venture Capital Association - Annual Report 1995*, S.6; Vgl. o.V. (1996): *Jahrbuch 1996*, S.111.

hervorgegangen sind.<sup>242</sup> Deren Beitrag fällt im Vergleich zur Gesamtheit aller Gründungen aber nur wenig ins Gewicht.<sup>243</sup>

### 2.2.5.1.3. Entwicklung

Die Entrepreneurship-Forschung zum Einfluß der Kapitalmarktstruktur in der Entwicklungsphase ist nur schwach entwickelt.

Grundsätzlich bestehen für die Verfügbarkeit von Wachstumskapital ähnliche deskriptive Ergebnisse wie für Gründungskapital. In diesem Bereich ist der Abstand zwischen den USA und Deutschland aus oben genannten Gründen allerdings geringer.

Am Ende des unternehmerischen Prozesses steht der Austritt des Unternehmers bzw. der Investoren. Dafür stehen verschiedene Wege offen, die sich vom Verkauf des Unternehmens (bzw. von Unternehmensanteilen) an unterschiedliche Institutionen oder Personen bis zur Börseneinführung erstrecken.<sup>244</sup> Der bundesdeutsche Kapitalmarkt ist für Börseneinführungen tendenziell weniger geeignet als der amerikanische, da die europäischen Kapitalmärkte in hohem Grade fragmentiert sind, was eine mangelhafte Liquidität der Aktien junger, wachstumsorientierter Unternehmen nach sich zieht.<sup>245</sup> Die Konsequenz ist, daß die Anzahl der Börseneinführungen in Deutschland weit unter der der USA liegt. Zum Teil wird wie bei der Gründungsfinanzierung auch hier das deutsche Universalbankensystem als Hemmschuh gesehen.<sup>246</sup>

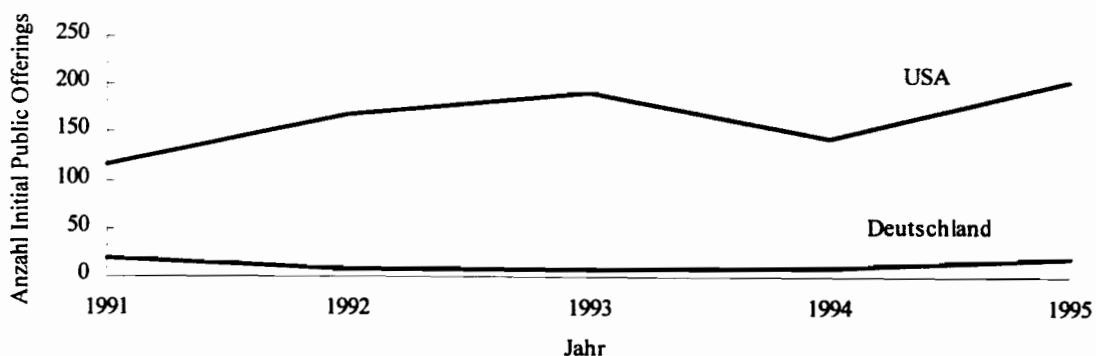


Abbildung 14: Anzahl der Börseneinführungen, USA (nur Venture-Capital-finanzierte Unternehmen) und Deutschland (Gesamtmarkt), 1991-1995<sup>247</sup>

Wie Abbildung 14 zeigt, wurden in den USA 1995 allein aus dem Kreis der mit Venture Capital unterstützten Unternehmen 203 an einer Börse eingeführt.<sup>248</sup> Dem stehen in der BRD 1995 insgesamt 20 Börseneinführungen gegenüber<sup>249</sup>, von denen 13

<sup>242</sup> Vgl. Bygrave und Timmons (1992), S.1ff.

<sup>243</sup> Vgl. Krist (1985), S.173.

<sup>244</sup> Vgl. o.V. (1996): *Jahrbuch 1996*, S.116.

<sup>245</sup> Vgl. Balzer und Wilhelm (1997), S.119; Vgl. o.V. (1996): *Jahrbuch 1996*, S.45f.

<sup>246</sup> Vgl. z.B. Albach (1997), S.447.

<sup>247</sup> USA: Vgl. o.V. (1995): *National Venture Capital Association - 1995 Annual Report*, S.20; Deutschland: Vgl. o.V. (1997): *Die Börsengänger seit 1983*, S.16.

<sup>248</sup> Vgl. o.V. (1995): *National Venture Capital Association - 1995 Annual Report*, S.20.

<sup>249</sup> Vgl. o.V. (1997): *Die Börsengänger seit 1983*, S.16.

mit Beteiligungskapital finanziert waren.<sup>250</sup> In Deutschland sind jedoch Verbesserungen durch das im Aufbau befindliche Handelssegment „Neuer Markt“ zu erwarten.<sup>251</sup>

### 2.2.5.2. Kritische Würdigung

Forschung über Kapitalmärkte ist aus theoretischer Sicht grundsätzlich in den Bereichen Volkswirtschaftslehre und Finanzen angesiedelt. Lediglich einige spezifische Aspekte (v.a. im Bereich Venture Capital, der im Rahmen dieser Arbeit jedoch nur am Rande betrachtet werden kann) werden durch die empirische Entrepreneurship-Forschung abgedeckt. Die dabei gewonnenen Ergebnisse sind für Gründer bzw. Gründungsunternehmen von relativ geringem Interesse. Aus wirtschaftspolitischer Sicht hingegen sind die Ergebnisse relevant, da sie notwendige Voraussetzungen für die Entwicklung des Entrepreneurship aufzeigen.

### 2.2.6. Industriestruktur

Jede Unternehmensgründung findet innerhalb einer bestimmten Industrie statt. Daraus folgt die Hypothese, daß die Charakteristika der jeweiligen Industrie die einzelnen Phasen des unternehmerischen Prozesses beeinflussen.

Im folgenden werden die bisherigen Forschungsergebnisse zum Zusammenhang zwischen Industriestruktur und Entrepreneurship entlang der einzelnen Phasen des Gründungsprozesses vorgestellt, wobei der Schwerpunkt entsprechend der vorhandenen Literatur auf die Betrachtung der Umsetzungs- sowie der Entwicklungsphase gelegt wird.

#### 2.2.6.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Der bekannteste Ansatz zur Untersuchung des Einflusses von Industriestrukturen auf Unternehmen stammt aus der Industrieökonomik. Im ursprünglichen Modell beeinflusst die Industriestruktur das Marktverhalten der einzelnen Teilnehmer und somit letztlich den Erfolg der Industrie (und der einzelnen Unternehmen innerhalb dieser Industrie).<sup>252</sup>

In der Literatur findet sich eine Vielzahl von Industriestrukturvariablen. Kunkel und Hofer (1996) identifizieren in einer Stichprobe, bestehend aus zwanzig akademisch anerkannten Artikeln aus den Bereichen Industrieökonomik, Strategie und Entrepreneurship, insgesamt fünfzig Variablen, die sie durch ein Wertungsverfahren ihrer Bedeutung nach ordnen.<sup>253</sup> Die zwei bedeutendsten Variablen sind die Lebenszyklusphase einer Industrie und die Markteintrittsbarrieren.

<sup>250</sup> o.V. (1996): *Jahrbuch 1996*, S.114.

<sup>251</sup> Vgl. o.V. (1996): *Neuer Markt - Ideen suchen Kapital, Kapital sucht Ideen*, S.1ff.

<sup>252</sup> Dies wird in der industrieökonomischen Literatur als 'Structure-Conduct-Performance-Paradigm' bezeichnet.

<sup>253</sup> Vgl. Kunkel und Hofer (1993), S.5.

### 2.2.6.1.1. Ideenfindung

Der Zusammenhang zwischen der Struktur einer Industrie und der Absicht von Individuen, ein Unternehmen in dieser Industrie zu gründen, ist in der Entrepreneurship-Forschung bislang nicht untersucht worden.

### 2.2.6.1.2. Umsetzung

In sehr frühen Lebenszyklusphasen einer Industrie ist die Gründungszahl sehr gering. Mit steigender Zahl der Marktteilnehmer erhöht sich die gesellschaftliche Anerkennung einer Industrie (z.B. Informationstechnologie) und immer mehr Individuen haben Zugang zu gründungsrelevantem Wissen. Dies führt dazu, daß die Zahl der Gründungen stark ansteigt.<sup>254</sup> Ab einem bestimmten Punkt setzen jedoch Konkurrenzeffekte ein, so daß die Zahl gründungswilliger Imitatoren abnimmt. Die Betrachtung der Veränderung der Gründungs- und Sterberaten von Organisationen im Zeitablauf entspricht dem populationsökologischen Ansatz. Die Effekte sind zum Teil durch empirische Studien bestätigt worden.<sup>255</sup>

Anhand dieser Argumentation sind im internationalen Vergleich Unterschiede in den Gründungsraten in Industrien wie z.B. Hardware, Software oder Biotechnologie erklärbar. Während diese Industrien in den USA schon weit entwickelt sind (gemessen an der Zahl der Marktteilnehmer) und hohe Gründungsraten aufweisen, befinden sich diese Industrien in Deutschland erst am Anfang ihrer Entwicklung.

Auch der Lebenszyklus vorgelagerter Zulieferindustrien kann Einfluß auf die Gründungsraten einer bestimmten Industrie haben.<sup>256</sup> Beispielsweise sind Innovationen schnell und kostengünstig verfügbar, wenn die Vorstufe weit entwickelt ist. Da im Vergleich zu den USA in Deutschland einige der Basisindustrien innerhalb des HighTech-Bereichs (z.B. Halbleiter, elektronische Speichermedien) nur schwach entwickelt sind, ist das unternehmerische Umfeld für Gründungen im Bereich der Informationstechnologie in Deutschland schlechter als in den USA.<sup>257</sup>

Die Hypothese, daß sich die Höhe der Markteintrittsbarrieren in einer Industrie negativ auf das Gründungsgeschehen auswirkt, kann empirisch belegt werden. Beispielsweise stellt Schulz (1995) fest, daß die meisten Unternehmensgründungen in Deutschland zwischen 1970 und 1987 in Industrien stattgefunden haben, die sich durch eine geringe und wenig betriebspezifische Kapitalausstattung auszeichnen.<sup>258</sup>

### 2.2.6.1.3. Entwicklung

In der Literatur ist die Hypothese anzutreffen, daß der Erfolg einer Unternehmensgründung von der Phase des Industrielbenszyklus abhängt, in der der Markteintritt erfolgte.<sup>259</sup> Empirische Untersuchungen liefern jedoch kein eindeutiges Ergebnis. Sandberg (1986) findet in seiner Studie heraus, daß Unternehmen, die in der

<sup>254</sup> Vgl. Wiedenmayer, Aldrich und Staber (1995), S.228f.

<sup>255</sup> Vgl. Wiedenmayer, Aldrich und Staber (1995), S.228; Vgl. Aldrich (1990), S.10.

<sup>256</sup> Vgl. Porter (1990), S.80.

<sup>257</sup> Vgl. Berger (1996), S.78 und S.83ff.; Vgl. Krist (1985), S.174.

<sup>258</sup> Vgl. Schulz (1995), S.49.

<sup>259</sup> Vgl. Kunkel und Hofer (1993), S.10.

Wachstumsphase des Industrielbenszyklus gegründet wurden, am erfolgreichsten sind.<sup>260</sup> Dies ist darauf zurückzuführen, daß alle Firmen in dieser Phase wachsen können, ohne andere Firmen zu verdrängen.<sup>261</sup> Anderen Studien finden jedoch keine Korrelation<sup>262</sup> oder zu Sandbergs Studie widersprüchliche Ergebnisse.<sup>263</sup>

Die Hypothese, daß der Erfolg von Gründungsunternehmen vom Ausmaß der Eintrittsbarrieren der Industrie abhängig ist, wurde ebenfalls empirisch überprüft. Hofer (1987) stellt fest, daß insbesondere eine begrenzte Zahl an Kunden eine wirksame Barriere für spätere Wettbewerber ist.<sup>264</sup> Dabei wirken sich sowohl hohe als auch sehr niedrige Eintrittsbarrieren negativ auf den Unternehmenserfolg aus. Während hohe Eintrittsbarrieren den Markteintritt für ein neues Unternehmen von Anfang an erschweren, führen niedrige Eintrittsbarrieren dazu, daß zahlreiche Nachahmer in den Markt eintreten können.<sup>265</sup>

### 2.2.6.2. Kritische Würdigung

Aus den oben dargestellten Hypothesen und empirischen Forschungsergebnissen kann abgeleitet werden, daß die Industriestruktur einen Einfluß auf den unternehmerischen Prozeß hat. Gleichzeitig muß jedoch festgestellt werden, daß die empirischen Ergebnisse zum Teil widersprüchlich sind. Kunkel und Hofer (1993) folgern daher, daß die Betrachtung der Industriestruktur als einzige erklärende Variable für das Gründungsgeschehen ungeeignet ist. Sie befürworten einen Kontingenzansatz, der die strategische Ausrichtung des Unternehmens und die Person des Unternehmers in das Modell mit einbezieht.<sup>266</sup>

## 2.3. Unternehmensebene

Im folgenden Kapitel wird der Beitrag der funktionalen betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen Strategie, Marketing, Finanzen sowie Organisation und Führung zur Erklärung unternehmerischer Tätigkeit in den einzelnen Phasen des Gründungsprozesses diskutiert.

### 2.3.1. Strategie

Obwohl es im Bereich Strategie verschiedene Denkrichtungen gibt<sup>267</sup>, herrscht weitgehender Konsens über den Umfang des Fachgebiets.<sup>268</sup> Untersuchungseinheit sind entweder Unternehmen als Ganzes, die zumeist aus mehreren strategischen Geschäftseinheiten bestehen, oder einzelne Geschäftseinheiten.<sup>269</sup> Zentraler

<sup>260</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.134ff.; Vgl. Hofer (1987), S.13.

<sup>261</sup> Vgl. Hofer (1987), S.16.

<sup>262</sup> Vgl. Kunkel und Hofer (1993), S.9ff.

<sup>263</sup> Vgl. Stuart und Abetti (1987), S.226.

<sup>264</sup> Vgl. Hofer (1987), S.16.

<sup>265</sup> Vgl. Kunkel und Hofer (1993), S.11.

<sup>266</sup> Vgl. Kunkel und Hofer (1993), S.13.

<sup>267</sup> Mintzberg unterscheidet zehn verschiedene 'Schools of Thought'; Vgl. Mintzberg (1990), S.105ff.

<sup>268</sup> Als herrschendes Paradigma wird häufig die Arbeit von Schendel und Hofer bezeichnet; Vgl. Schendel und Hofer (1979), S.6ff.

<sup>269</sup> Vgl. Sandberg (1992), S.75. Untersuchungen, die Unternehmen mit mehreren Geschäftseinheiten zum Untersuchungsgegenstand haben, werden im Rahmen dieser Arbeit nicht explizit behandelt, da sie dem Bereich 'Intrapreneurship' zugeordnet werden können.

Untersuchungsgegenstand des Fachs ist die Auswahl der Märkte, in denen ein Unternehmen tätig sein will, sowie die Festlegung des Wettbewerbsverhaltens des Unternehmens.<sup>270</sup> Beide Aspekte werden hinsichtlich ihres Einflusses auf das Erreichen der Unternehmensziele bzw. den Unternehmenserfolg untersucht.<sup>271</sup> Daneben ist der Prozeß der Strategieformulierung sowie die Strategieimplementierung Gegenstand der Forschung.<sup>272</sup>

### 2.3.1.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Obwohl Einigkeit darüber besteht, daß auch Gründungsunternehmen Strategien verfolgen<sup>273</sup>, gibt es in der Strategieliteratur bislang nur wenige spezifisch auf Gründungsunternehmen zugeschnittene konzeptionelle Arbeiten.<sup>274</sup> Meist werden die für Großunternehmen konzipierten Strategiekonzepte (z.B. das Konzept von Porter, der drei generische Strategien unterscheidet) auf Gründungsunternehmen angewendet, ohne daß eine Adaption erfolgt.<sup>275</sup>

Der Prozeß der Strategieentwicklung und alle strategischen Entscheidungen werden in Gründungsunternehmen durch den Unternehmer wahrgenommen.<sup>276</sup> Damit ist sie zumeist implizit und in hohem Maße von der Intuition des Unternehmers abhängig.<sup>277</sup> Der in Großunternehmen vorzufindende hierarchische Aufbau der Strategieentwicklung und der Prozeß der Strategieimplementierung ist in Gründungsunternehmen stark komprimiert.<sup>278</sup> Diese Eigenschaften der Strategien von Gründungsunternehmen erschweren die überschneidungsfreie Einordnung der Forschungsarbeiten in die verschiedenen Phasen des unternehmerischen Prozesses.<sup>279</sup>

#### 2.3.1.1.1. Ideenfindung

Da in der Ideenfindungsphase lediglich der Beschluß gefaßt wird, eine Idee in einem Unternehmen umzusetzen, sind Fragen der Strategie nicht relevant. Die Geschäftsidee bildet vielmehr die Basis für die in der Umsetzungsphase zu entwickelnde Strategie.

#### 2.3.1.1.2. Umsetzung

In verschiedenen Studien wird die weitreichende Bedeutung der Markteintrittsstrategie betont.<sup>280</sup> Eine im Zuge der Umsetzung der Gründungsidee festgelegte Strategie beeinflusst den Unternehmenserfolg auch in der Entwicklungsphase, da eine Änderung der Strategie Ressourcen bindet und den finanziellen Erfolg beeinträchtigt.<sup>281</sup>

<sup>270</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.48.

<sup>271</sup> Eine Übersicht über die unterschiedlichen Ansätze, Unternehmenserfolg zu operationalisieren, findet sich bei Robinson, Kunkel und Hofer (1994), S.263ff.

<sup>272</sup> Vgl. Sandberg und Hofer (1986), S.249.

<sup>273</sup> Vgl. Ostgaard und Birley (1993), S.73; Vgl. Sandberg (1986), S.48.

<sup>274</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.144; Vgl. Ostgaard und Birley (1993), S.73.

<sup>275</sup> Vgl. Porter (1980), S.39; Vgl. Sandberg (1986), S.50; Vgl. Sandberg und Hofer (1982), S.214.

<sup>276</sup> Vgl. Abell (1980), S.22f.

<sup>277</sup> Vgl. Chicha, Julien und Marchesnay (1990), S.194f.

<sup>278</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.48.

<sup>279</sup> Vgl. Chicha, Julien und Marchesnay (1990), S.200.

<sup>280</sup> Vgl. Cooper (1979), S.317; Vgl. Sandberg (1986), S.137.

<sup>281</sup> Vgl. Sandberg (1992), S.83.



In einer der wenigen explizit auf Gründungsunternehmen ausgerichteten konzeptionellen Arbeiten schlägt Vesper (1980) verschiedene Kategorien von Eintrittsstrategien für neu gegründete Unternehmen vor, die entweder auf Innovation oder auf Imitation beruhen.<sup>282</sup>

Kernkompetenzen, die als Basis eines Wettbewerbsvorteils dienen können, gelten auch für Gründungsunternehmen als zentraler Erfolgsfaktor: Die Markteintrittsstrategie muß auf die Ressourcen und Fähigkeiten des Unternehmens zugeschnitten sein.<sup>283</sup> Ohne Berücksichtigung von Umweltfaktoren erweisen sich Differenzierungsstrategien, die sich auf den Gesamtmarkt beziehen, als erfolgreicher als Differenzierungsstrategien, die auf eng umgrenzte Marktsegmente abzielen.<sup>284</sup>

Von den Methoden der strategischen Planung sind diejenigen auch für Unternehmen in der Umsetzungsphase anwendbar, die sich auf einzelne Geschäftseinheiten beziehen. So können beispielsweise Wertschöpfungsketten in Gründungsunternehmen als Analyseinstrument herangezogen werden.<sup>285</sup> Andere Instrumente, wie z.B. Portfolioanalysen, sind in der Umsetzungsphase dagegen nicht anwendbar.

In der Umsetzungsphase wird auch die Basis für die Implementierung der konzipierten Strategie gelegt. Der Unternehmer beschafft sich in dieser Phase die benötigten Ressourcen und bereitet den Markteintritt vor. Die Fähigkeit eines Unternehmers, eine gegebene Strategie zu implementieren, kann dabei divergieren.<sup>286</sup>

### 2.3.1.1.3. Entwicklung

Ein weiterer Forschungsaspekt ist die Entwicklung der Strategien von Gründungsunternehmen im Zuge der Unternehmenswachstum.<sup>287</sup> Unternehmen richten ihre Strategie je nach Wachstum und Umweltentwicklung von Zeit zu Zeit neu aus. Diese Neuausrichtung hat nach Ansicht von Cardozo et al. (1993) Einfluß auf den Unternehmenserfolg.<sup>288</sup> Bislang gibt es zu diesen Fragestellungen allerdings nur wenige relevante Forschungsarbeiten.<sup>289</sup>

### 2.3.1.2. Kritische Würdigung

Es herrscht Konsens darüber, daß Fragen der Strategie auch für Gründungsunternehmen bedeutsam sind und daß die Markteintrittsstrategie einer der Faktoren ist, die den Unternehmenserfolg determinieren.<sup>290</sup> Es gibt jedoch bislang kaum spezifisch auf Gründungsunternehmen ausgerichtete Forschungsarbeiten, die

<sup>282</sup> Vesper definiert diverse Markteintrittsstrategien, die sich letztlich alle auf Innovation oder Imitation zurückführen lassen; Vgl. Vesper (1980), S.206.

<sup>283</sup> Vgl. Chandler und Hanks (1994), S.331; Vgl. Sandberg (1986), S.126f; Vgl. Walsh, Kirchhoff und Boylan (1996), S.146.

<sup>284</sup> Vgl. Sandberg und Hofer (1987), S.6.; Vgl. Vesper (1980), S.172, Vgl. Chandler und Hanks (1994), S.344.

<sup>285</sup> Vgl. Sandberg (1992), S.83.

<sup>286</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.137.

<sup>287</sup> Vgl. Ardishvili und Cardozo (1994), S.212.

<sup>288</sup> Vgl. Cardozo et al. (1993), S.22.

<sup>289</sup> Vgl. Ostgaard und Birley (1993), S.84; Eine Übersicht über die wenigen diesem Thema gewidmeten Veröffentlichungen findet sich bei Ardishvili und Cardozo (1994), S.212ff.

<sup>290</sup> Vgl. Sandberg und Hofer (1986), S.248.

über eine Beschreibung der Charakteristika der Strategien von Start-ups und eine Anwendung der für Großunternehmen entwickelten Konzepte hinausgehen.

Problematisch ist die Operationalisierung der verschiedenen generischen Strategien und des Unternehmenserfolgs.<sup>291</sup> Die Tatsache, daß der Unternehmenserfolg je nach Autor unterschiedlich operationalisiert wird, sowie die Beschränkung auf sehr kleine Stichproben, stellt die Generalisierbarkeit der Forschungsergebnisse der Untersuchungen in Frage.<sup>292</sup>

Die Strategien von Gründungsunternehmen sollten nicht nur in der Umsetzungsphase betrachtet werden. Hinsichtlich der verschiedenen Wachstumsstrategien und dem Handlungsbedarf bei einem Wechsel der strategischen Ausrichtung insbesondere zu Beginn der Entwicklungsphase besteht weiterer Forschungsbedarf. Besonders interessant ist dabei die Fragestellung, ob es eine „optimale“ Verkettung von Eintritts- und Wachstumsstrategien gibt (z.B. erst Fokus, dann Differenzierung), die die Erfolgswahrscheinlichkeit für das Gründungsunternehmen erhöht.

Abschließend muß angemerkt werden, daß die Strategie eines Unternehmens nicht isoliert betrachtet werden kann, da die Erfolgsaussichten einer Strategie unter anderem von der Situation des Unternehmens (z.B. den verfügbaren Ressourcen) und der Industriestruktur (z.B. der Wettbewerbsintensität) abhängig ist.<sup>293</sup> Derartige ebenenübergreifende Modelle, die neben der Strategie auch andere Einflußfaktoren beinhalten, werden in Kapitel D.2.5 diskutiert.

### **2.3.2. Marketing**

Marketing ist der Prozeß der Umweltüberwachung, der Analyse von Marktchancen, der Entwicklung von Marketingstrategien und der effektiven Implementierung und Kontrolle der Marketingaktivitäten.<sup>294</sup> Die Marketingperspektive innerhalb des Gründungsprozesses ist für die Entrepreneurship-Forschung aus zwei Gründen interessant. Erstens wird Marketing als ein zentraler Erfolgsfaktor für neue Unternehmen<sup>295</sup> bzw. als eines der größten Probleme während der Umsetzungsphase gesehen.<sup>296</sup> Zum anderen hat sich die Marketingforschung bereits intensiv mit Neuentwicklungen auf Produkt- und Unternehmensebene befaßt. Auf diese Erkenntnisse kann die Entrepreneurship-Forschung aufbauen.

#### **2.3.2.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse**

Hills und LaForge (1992) stellen fest, daß die Marketing-Forschung bisher sehr wenig in die wissenschaftliche Debatte um Entrepreneurship eingebracht hat und erst jetzt beginnt, sich definitorischen und konzeptionellen Aspekten des Entrepreneurship

<sup>291</sup> Vgl. Herron, Sapienza und Smith-Cook (1992), S.10.

<sup>292</sup> Vgl. Ostgaard und Birley (1993), S.84; Vgl. Robinson, Kunkel und Hofer (1994), S.265; Vgl. Murphy, Trailer und Hill (1996), S.15ff.

<sup>293</sup> Dies wird häufig als 'concept of fit' bezeichnet. Vgl. Cooper (1979), S.321; Vgl. Naman und Slevin (1993), S.137.

<sup>294</sup> Vgl. Woodruff und Cadotte (1987), S.10.

<sup>295</sup> Vgl. Hills und Star (1985), S. 214; Hills (1989), S.53.

<sup>296</sup> Vgl. Gartner (1984), S.507.

zuzuwenden.<sup>297</sup> Dieses Problem ist zum Teil auf die Neuheit der Disziplin Entrepreneurship zurückzuführen. Trotzdem verwundert es, da der Prozeß der Unternehmensgründung aus Sicht des Marketing eine direkte Erweiterung des Konzepts der Neuprodukteinführung darstellt und auch Fragestellungen des strategischen Marketings berührt.<sup>298</sup>

### 2.3.2.1.1. Ideenfindung

In der Marketingliteratur gibt es viele Publikationen, die sich mit der Bewertung von Produkt- und Geschäftsideen auseinandersetzen. Es wird jedoch immer vorausgesetzt, daß bereits eine Geschäfts- bzw. Produktidee besteht.<sup>299</sup> Aus der Marketingperspektive gibt es daher lediglich Beschreibungen für Ideenquellen, jedoch keine erklärenden Ansätze zum Prozeß der Ideenfindung.

### 2.3.2.1.2. Umsetzung

Ein wichtiger Schritt in der Umsetzungsphase ist eine gründliche Abschätzung des potentiellen Marktes für die Leistungen des neuen Unternehmens. Aus Marketingsicht sind hier vor allem die Methoden und Konzepte der Marktforschung wichtig. Allerdings gilt es zu bedenken, daß nicht alle typischen Markttests für alle Arten von Unternehmensgründungen geeignet sind (Abbildung 15). Beispielsweise sind Konzepttests für sehr innovative Gründungen ungeeignet, da Konsumenten diskontinuierliche Innovationen aufgrund fehlender Bezugsgrößen nicht richtig bewerten können; auf der anderen Seite sind reine Produkttests als Prognoseinstrument für den zu erwartenden Erfolg ungeeignet, wenn die Unternehmensstrategie eher auf einem Wettbewerbsvorteil im Bereich Distribution oder Werbung aufbaut.<sup>300</sup> Der Einsatz der einzelnen Methoden muß also in Abhängigkeit von der Art der geplanten Unternehmensgründung erfolgen.

Alternative Methoden	Markteintrittsstrategie des Gründungsunternehmens					
	(1) Ein- produkt- Gündung	(2) Mehr- produkt- gründung	(3) Produkt-/ Preis- Dominanz	(4) Werbungs-/ Distributions- dominanz	(5) Hoher Innovations- grad der Gründung	(6) Geringer Innovations- grad der Gründung
Konzepttest	hoch	gering/mittel	hoch	mittel/hoch	hoch	gering
Produkttest	hoch	gering	hoch	gering	hoch	mittel
Testmarkt	hoch	mittel	hoch	mittel/hoch	hoch	hoch

Abbildung 15: Anwendbarkeit von Akzeptanztests auf Gründungsunternehmen<sup>301</sup>

In Lehrbüchern wird die Wichtigkeit eines detaillierten Marketingplans und sorgfältiger Marktforschung für den Unternehmenserfolg unterstrichen.<sup>302</sup> Bisherige

<sup>297</sup> Vgl. Hills und LaForge (1992), S.34; Ähnliche Kritik wird deutlich in: Herron, Sapienza und Smith-Cook (1992), S.6 sowie Hills (1989), S.51.

<sup>298</sup> Vgl. Hills und LaForge (1992), S.34.

<sup>299</sup> Vgl. Hills und LaForge (1992), S.42.

<sup>300</sup> Vgl. Hills (1981), S.30.

<sup>301</sup> Vgl. Hills (1981), S.31.

Studien können diese Aussage nicht eindeutig belegen.<sup>303</sup> So finden Spitzer, Hills und Alpar (1989), daß von 362 befragten Unternehmern bei der Gründung nur 47% einen Marketingplan hatten und daß Marktforschung weder positiv noch negativ mit dem Unternehmenserfolg in Verbindung stand.<sup>304</sup> Dieses Ergebnis steht in klarem Widerspruch zu der Wahrnehmung von Venture Capitalists, nach deren Ansicht viele Gründungsunternehmen an einem Mangel an Marktforschung und einer fehlenden Marketingstrategie scheitern.<sup>305</sup>

### 2.3.2.1.3. Entwicklung

Die Entwicklung und Implementierung effektiver Marketingstrategien ist ein kritischer Erfolgsfaktor für das auf die Unternehmensgründung folgende Wachstum.<sup>306</sup> In der Literatur gibt es jedoch bislang nur wenige Ansätze, die sich direkt auf Gründungsunternehmen beziehen.<sup>307</sup>

Eine weitere Hypothese ist, daß junge Firmen im Vergleich zu etablierten Firmen eine sehr marketingorientierte Philosophie verfolgen, d.h. daß die Kundenorientierung in der Organisation verankert ist und die Zielverfolgung über kurzfristige Gewinnmaximierung hinausgeht. Bisherige Studien konnten diesen Zusammenhang jedoch nur teilweise bestätigen.<sup>308</sup>

### 2.3.2.2. Kritische Würdigung

Insgesamt ist festzustellen, daß an der Schnittstelle von Marketing und Entrepreneurship nur wenige empirische oder konzeptionelle Studien verfügbar sind und daß den vorhandenen Publikationen aufgrund ihrer methodischen Schwächen eher explorativer Gehalt zugeschrieben werden kann.<sup>309</sup>

Eine potentielle Fragestellung für die zukünftige Entrepreneurship-Forschung aus der Marketingperspektive ist, ob die formale Marketingplanung (inklusive Marktforschung) ein signifikanter Erfolgsparameter für Unternehmensgründungen ist. Weitere Studien könnten ergründen, welche Marktforschungsinstrumente in bestimmten Gründungssituationen erfolgreich angewendet werden können, welche Unterschiede sich im Prozeß der Unternehmensgründung für verschiedene Produktarten bzw. Industrien ergeben und welche Marketingsysteme zur Unterstützung des Unternehmenswachstums geeignet sind.

<sup>302</sup> Vgl. Robinson und Pearce (1984) in: Hills und LaForge (1992), S.45.

<sup>303</sup> Vgl. Hills und LaForge (1992), S.44.

<sup>304</sup> Vgl. Spitzer, Hills und Alpar (1989), S.412f.

<sup>305</sup> Vgl. Hills (1984), S.214.

<sup>306</sup> Vgl. Hills und LaForge (1992), S.45.

<sup>307</sup> Vgl. Hills und LaForge (1992), S.46ff.

<sup>308</sup> Vgl. Hills und Narayana (1989); Vgl. Morris und Paul (1987), Vgl. Peterson (1989) in: Hills und LaForge (1992), S.39

<sup>309</sup> Ein Beispiel ist die Studie von Hills und Star (1985), S.211ff. Es wurden nur 13 Venture Capitalists zu Marketing in Gründungsunternehmen befragt. Hierbei ist erstens zu bemängeln, daß eine Stichprobe von 13 nicht repräsentativ ist. Zweitens sind von Venture Capitalists geförderte Unternehmen nicht mit dem Durchschnitt aller Gründungsunternehmen vergleichbar. Drittens bleiben Industrieeffekte unbetrachtet.

### 2.3.3. Finanzen

Fragestellungen der Finanzierung sind für Gründungsunternehmen von zentraler Bedeutung.<sup>310</sup> Zahlreiche Autoren kommen zu dem Ergebnis, daß gescheiterte Gründungen im Durchschnitt über deutlich weniger Startkapital verfügen als erfolgreiche.<sup>311</sup> Nur sehr wenige Autoren widersprechen dieser Aussage.<sup>312</sup> Trotz dieser weitgehenden Anerkennung der Bedeutung der Finanzierung, ist die für Gründungsunternehmen relevante Forschung im Bereich Finanzen bislang nur schwach entwickelt.<sup>313</sup>

#### 2.3.3.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Eine Überprüfung der einschlägigen Entrepreneurship-Publikationen läßt erkennen, daß keine gesonderten Forschungsergebnisse für Gründungsunternehmen vorliegen. In den drei für Gründungsunternehmen relevanten Themenkomplexen Liquiditätsmanagement, Festlegung der Kapitalstruktur und Unternehmensbewertung kommen dieselben Konzepte und Methoden zum Einsatz, die auch der Forschung über Großunternehmen zugrunde liegen.<sup>314</sup>

Lediglich der Bereich Venture Capital hat sich als Forschungsgebiet seit Beginn der 80er Jahre substantiell entwickelt<sup>315</sup> und wird von einigen Autoren als die zentrale Schnittstelle von Entrepreneurship und Finanzen gesehen.<sup>316</sup> Untersuchungsobjekt ist dabei aber nur in eingeschränktem Maße das Gründungsunternehmen. Vielmehr stehen Venture-Capital-Firmen als Erkenntnisobjekt im Vordergrund („Forschung über und für Venture-Capital-Firmen“).<sup>317</sup> Auf diese Aspekte kann im Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch nicht eingegangen werden. Weitere Aspekte der Unternehmensfinanzierung, wie Fragen der Verfügbarkeit von Risikokapital und möglichen Austrittsstrategien werden auf der Umweltebene im Bereich der Kapitalmarktstruktur erforscht. Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten wurden in Kapitel C.2.2.5 diskutiert.<sup>318</sup>

##### 2.3.3.1.1. Ideenfindung

In der Phase der Ideenfindung spielen Finanzierungsfragen keine Rolle. Folglich existiert für diesen Bereich auch keine Forschung.

<sup>310</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsinitiative Nordrhein-Westfalen*, S.21.

<sup>311</sup> Vgl. Gaskill, VanAuken und Mannung (1993), S.27; Vgl. Cooper, Dunkelberg und Woo (1988), S.234ff.

<sup>312</sup> Vgl. Bruno und Leidecker (1987), S.382.

<sup>313</sup> Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.61.

<sup>314</sup> Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.61ff.

<sup>315</sup> Vgl. Brophy (1985), S.134.

<sup>316</sup> Vgl. Brophy (1985), S.137; Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.66.

<sup>317</sup> Dies verdeutlicht z.B. die Übersicht bei Fried und Hisrich (1988), S.17ff. Als Beispiele seien genannt: Bachher und Guild (1996); Bygrave et al. (1988); Bygrave und Stein (1989); Goslin und Barge (1986); Hall und Hofer (1993); MacMillan, Kulow und Khoylian (1988); MacMillan, Siegel und Narasimha (1985); Sandberg, Schweiger und Hofer (1987); Sapienza (1992); Zacharakis und Meyer (1995).

<sup>318</sup> Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.67f.

### 2.3.3.1.2. Umsetzung

Die Finanzierung ist eine notwendige Voraussetzung für die Aufnahme der Geschäftstätigkeit. Für jedes Gründungsunternehmen stellt sich die Frage nach der optimalen Kapitalstruktur. Die Forschung kann diese Frage allerdings ebenso wie für etablierte Großunternehmen nicht allgemeingültig beantworten.

Forschung, die Venture-Capital-Finanzierungen aus Sicht der Gründungsunternehmen betrachtet, ist ebenfalls nur schwach ausgeprägt.<sup>319</sup> Hierbei stellen sich folgende Fragen:<sup>320</sup> Wann ist es für ein Gründungsunternehmen überhaupt ratsam, sich durch Venture Capital zu finanzieren? Wie hoch sind die Kapitalkosten von Venture Capital? Wie sieht der trade-off zwischen zusätzlichem Eigenkapital (in Form von Venture Capital) und Eigentum aus? Da keine dieser Fragen durch die vorliegende Literatur allgemeingültig beantwortet wird, kann diese als für Gründungsunternehmen wenig relevant eingestuft werden.

### 2.3.3.1.3. Entwicklung

Im Rahmen der Entwicklung eines Unternehmens lassen sich die drei bereits erwähnten Problembereiche erkennen (Liquiditätsmanagement, Festlegung der Kapitalstruktur und Unternehmensbewertung). Hinsichtlich des Liquiditätsmanagements wird häufig der hohe Kapitalbedarf ('working capital') schnell wachsender Unternehmen thematisiert.<sup>321</sup>

Mit Hilfe ökonomischer Konzepte (Informationsasymmetrie, Agency-Kosten, Capital Asset Pricing Model, Spieltheorie) kann die Beziehung von Kapitalgebern zum Unternehmer gut modelliert werden.<sup>322</sup> Peterson und Shulman (1987) nutzen das Instrumentarium der Agency-Theorie zur Erklärung der Beobachtung, daß Gründungsunternehmen im Laufe ihrer Entwicklung von sinkenden Kapitalkosten profitieren.<sup>323</sup> Punjabi und Keeley (1996) weisen nach, daß junge Unternehmen für Investoren ein höheres Gesamtrisiko aufweisen als etablierte Unternehmen.<sup>324</sup> Cable und Shane (1997) kommen anhand eines spieltheoretischen Modells zu dem Ergebnis, daß in der Beziehung zwischen Gründer und Venture-Capital-Firma die gegenseitige Bereitstellung von Information und eine enge Kooperation für beide Parteien vorteilhaft sind.<sup>325</sup> Sie entwickeln auf Basis dieses Modells Verhaltensmaßgaben für beide Seiten.

Wie in der Umsetzungsphase schließt sich an die Frage nach der Finanzierung des Wachstums durch Risikokapital die Problematik der Unternehmensbewertung an.<sup>326</sup> Diese ist auch bei der Forschung über Austrittsmöglichkeiten (z.B. durch eine

<sup>319</sup> Vgl. Fried und Hisrich (1988), S.25.

<sup>320</sup> Vgl. Fried und Hisrich (1988), S.25.

<sup>321</sup> Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.64f.

<sup>322</sup> Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.65f.; Vgl. Cable und Shane (1997), S.145ff.; Vgl. Schween (1996), S.137ff.

<sup>323</sup> Vgl. Peterson und Shulman (1987), in: Brophy und Shulman (1992), S.65.

<sup>324</sup> Vgl. Punjabi und Keeley (1996), S.408. Dieser Nachweis ist für die Unternehmensbewertung von großer Bedeutung.

<sup>325</sup> Vgl. Cable und Shane (1997), S.170ff.

<sup>326</sup> Vgl. Brophy (1985), S.140.

Börseneinführung) relevant. Dabei kommen jedoch nur die aus der allgemeinen Finanztheorie bekannten Instrumente zum Einsatz.

### 2.3.3.2. Kritische Würdigung

Da Gründungsunternehmen in aller Regel nicht publizitätspflichtig sind, stellt die Verfügbarkeit von Daten ein großes Hemmnis für die empirische Forschung im Bereich Entrepreneurship und Finanzen dar.<sup>327</sup> Empirische Studien setzen folglich eine aufwendige eigenständige Erfassung von Stichproben voraus. In den letzten Jahren hat sich die Daten-Infrastruktur jedoch deutlich verbessert.<sup>328</sup>

Die Forschung an der Schnittstelle von Entrepreneurship und Finanzen ist nur in geringem Maße an den Phasen des unternehmerischen Prozesses orientiert.<sup>329</sup> Wie für andere Themenbereiche fordern verschiedene Autoren deshalb auch für Finanzen und Entrepreneurship die Verwendung von Längsschnittanalysen.<sup>330</sup>

Zusammenfassend kann man festhalten, daß die spezifische Finanzen-Forschung für Gründungsunternehmen nur unzureichend entwickelt ist. Aus theoretischer Sicht werden die vorhandenen Konzepte aus der allgemeinen Finanzierungstheorie übertragen. Es gibt für Gründungsunternehmen keine originären Theorieinhalte im Bereich der Finanzierung. Aus empirischer Sicht kann aufgrund der verbesserten Datenlage in den nächsten Jahren mit bedeutenderen Ergebnissen gerechnet werden.

### 2.3.4. Organisation und Führung

In der Literatur finden sich verschiedene Varianten des Organisationsbegriffs. Unter Organisation wird dabei einerseits der Prozeß der Ordnung aller betrieblichen Tätigkeiten (ordnungshandlungsbezogene Definition), andererseits die Gesamtheit aller Regelungen, die aus diesem Prozeß resultieren (strukturelle Definition), verstanden.<sup>331</sup> Auch der Begriff der Führung ist in der Literatur nicht einheitlich definiert. Nach Staehle (1991) kann Führung im allgemeinen als „Beeinflussung der Einstellungen und des Verhaltens von Einzelpersonen sowie deren Interaktion (...) mit dem Zweck, bestimmte Ziele zu erreichen“<sup>332</sup> definiert werden. Der Begriff der Koordination findet sich als zentraler Begriff in der Organisationsliteratur. Er spielt aber auch in neueren Ansätzen des Controllings (im Sinne einer Gestaltung der Führungsteilsysteme; „Sekundärkoordination“<sup>333</sup>) eine zentrale Rolle.<sup>334</sup> Die angeführte Führungsdefinition umfaßt ebenfalls Koordinationsaufgaben.

<sup>327</sup> Vgl. Brophy (1985), S.136; Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.67.

<sup>328</sup> Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.67.

<sup>329</sup> Fried und Hisrich (1988), S.23f., stellen mit ihrem prozeßorientierten Modell der Beziehung Gründungsunternehmen - Venture Capitalist eine der wenigen Ausnahmen dar.

<sup>330</sup> Vgl. Brophy und Shulman (1992), S.66; Vgl. Fried und Hisrich (1988), S.26.

<sup>331</sup> Vgl. Wöhe (1993), S.179; Vgl. Scharfenkamp (1987), S.8ff; Vgl. Weber (1995), S.228; Vgl. Kieser und Kubicek (1992), S.4; Vgl. Katz und Gartner (1988), S.430f.

<sup>332</sup> Staehle (1991), S.771.

<sup>333</sup> Weber (1995), S.234.

<sup>334</sup> Vgl. Weber, Brettel und Schäffer (1996), S.77; Vgl. Weber (1995), S.29ff.; Vgl. Kosmider (1994), S.52ff.; Vgl. Kieser und Kubicek (1992), S.96.

Da eine Beseitigung dieser definatorischen Unklarheiten nicht von den Entrepreneurship-Publikationen erwartet werden kann, werden in der vorliegenden Diplomarbeit die in der Literatur zu findenden Forschungsansätze unter der Überschrift „Organisation und Führung“ zusammengefaßt.<sup>335</sup> Der von Weber (1995) vorgeschlagenen getrennten Betrachtung der Primärkoordination (Koordination des Ausführungssystems = Führung; weitgehend Aufgabe der Organisation) und der Sekundärkoordination (Koordination der Führungsteilsysteme; Aufgabe des Controllings) wird hier aus Vereinfachungsgründen nicht gefolgt.<sup>336</sup>

### 2.3.4.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Während Entrepreneurship die Phasen vor der Gründung explizit einschließt, betrachtet die Organisationstheorie primär die Entwicklung bestehender Organisationen.<sup>337</sup> Die Mehrzahl der für Entrepreneurship relevanten Arbeiten im Rahmen der Organisationstheorie beziehen sich daher auf bestehende Unternehmen, z.B. werden Organisationsanpassungen im Zuge des Unternehmenswachstums betrachtet.

Analog zum Produktlebenszyklus wird ein Organisationslebenszyklus betrachtet, der sich aus verschiedenen, nacheinander zu durchlaufenden Phasen zusammensetzt.<sup>338</sup> Dieser Lebenszyklus der Organisation beginnt in der Gründungsvorbereitung und erstreckt sich über die gesamte Unternehmensentwicklung.<sup>339</sup> Bei den Forschungsarbeiten zu diesem Thema stand zunächst die Identifikation der einzelnen Phasen im Vordergrund, wobei verschiedene Phasenmodelle vorgeschlagen wurden.<sup>340</sup> Ein Konsens über die einzelnen Phasen des Organisationslebenszyklus ist bislang noch nicht erzielt worden. Daher werden die einzelnen Forschungsansätze im folgenden den Phasen des unternehmerischen Prozesses zugeordnet, die dem dieser Arbeit zugrunde liegenden Bezugsrahmen entsprechen.

#### 2.3.4.1.1. Ideenfindung

Die Entstehung von Organisationen ist in der Organisationstheorie bislang kaum untersucht worden. Um Organisationen in der Ideenfindungs- und Umsetzungsphase (‘pre-organizations’)<sup>341</sup> analysieren zu können, müssen zunächst Kriterien identifiziert werden, die auf die Entstehung einer Organisation hindeuten. Katz und Gartner (1980) identifizieren vier solcher Charakteristika, die bei empirischen Analysen zur Bildung von Stichproben herangezogen werden können:<sup>342</sup>

1. Intention (der Gründer versucht, sich Informationen im Hinblick auf die Organisation zu verschaffen);
2. Ressourcen (die für die Gründung notwendigen Ressourcen werden beschafft);

<sup>335</sup> Vgl. Roberts (1987), S.85.

<sup>336</sup> Vgl. Weber (1995), S.234 und S.29ff.

<sup>337</sup> Vgl. Herron, Sapienza und Smith-Cook (1992), S.6; Vgl. Katz und Gartner (1988), S.430.

<sup>338</sup> Vgl. Scott und Bruce (1987), S.45; Vgl. MacMillan und Katz (1992), S.5.

<sup>339</sup> Vgl. Kao (1989), S.178.

<sup>340</sup> Verschiedene Ansätze der Phasenabgrenzung finden sich unter anderem bei McGuire (1963), Steinmetz (1969), Flamholtz (1986), Churchill (1983), Churchill and Lewis (1983). Eine Übersicht über verschiedene Modelle findet sich bei Hanks und Chandler (1994), S.646.

<sup>341</sup> Vgl. Katz und Gartner (1988), S.437.

<sup>342</sup> Sie beziehen sich dabei auf McKelvey (1980); Vgl. Katz und Gartner (1988), S.430.



3. Grenzen (die entstehende Organisation wird gegenüber ihrer Umwelt abgegrenzt);
4. Austauschbeziehungen zwischen Organisation und Umwelt.<sup>343</sup>

Das Kriterium Intention ist eindeutig der Ideenfindungsphase zuzuordnen. Die Kriterien Ressourcen, Grenzen und Austauschbeziehungen werden dagegen erst in der Umsetzungsphase relevant.

#### 2.3.4.1.2. Umsetzung

In der Umsetzungsphase wird die in der Ideenfindungsphase konzipierte Organisation implementiert. Drei der vier definierten Kriterien entstehender Organisationen treffen auf diese Phase zu: Der Unternehmer beschafft sich die zur Gründung erforderlichen Ressourcen, er grenzt die Unternehmung nach außen ab und bereitet die Austauschbeziehungen mit der Umwelt vor.

Die Organisation und Führung ist in der Umsetzungsphase meist völlig auf den Unternehmer zugeschnitten.<sup>344</sup> Die Entscheidungskompetenz liegt im allgemeinen ausschließlich beim Unternehmer, der sich dabei in hohem Maße auf seine Intuition verläßt.<sup>345</sup> Der vorherrschende Führungsstil ist autoritär-patriarchalisch.<sup>346</sup> Das Informations- und Kontrollsystem ist informeller Natur.<sup>347</sup> Diese Ausrichtung auf den Unternehmer macht ein Gründungsunternehmen sehr flexibel, so daß die Organisation gut an die sich wandelnden Umweltbedingungen angepaßt werden kann.<sup>348</sup>

#### 2.3.4.1.3. Entwicklung

Ein Unternehmen durchläuft im Zuge des Unternehmenswachstums verschiedene Phasen.<sup>349</sup> Die Entwicklungsphase im Rahmen des unternehmerischen Prozesses läßt sich also in weitere Phasen unterteilen. Es stellt sich somit die Frage, welchen Anforderungen die Unternehmensführung und die Organisation in den einzelnen Phasen gerecht werden müssen.<sup>350</sup> Scott und Bruce (1987) stellen fest, daß der Übergang von einer Stufe auf die nächste strukturelle Anpassungsentscheidungen erfordert.<sup>351</sup> Dieser Schritt wird auch als Bewältigung von Wachstumsschwellen bezeichnet.<sup>352</sup>

Im Zuge des Wachstums wird das Unternehmen und die Aufgabe der Unternehmensführung komplexer.<sup>353</sup> Das geringe Maß an Delegation und formaler Kontrolle, das die Phase der unternehmerdominierten Führung kennzeichnet, läßt sich

<sup>343</sup> Vgl. Katz und Gartner (1988), S.430ff.

<sup>344</sup> Vgl. Kao (1989), S.178; Vgl. Kosmider (1994), S.39.

<sup>345</sup> Vgl. Olson (1987), S.9; Vgl. Kosmider (1994), S.45.

<sup>346</sup> Vgl. Kosmider (1994), S.40.

<sup>347</sup> Vgl. Olson (1987), S.9.

<sup>348</sup> Vgl. Katz und Gartner (1988), S.437; Vgl. Weber (1995), S.38.

<sup>349</sup> Vgl. Scott und Bruce (1987), S.45.

<sup>350</sup> Vgl. Scott und Bruce (1987), S.45. Die ebenfalls häufig behandelte Frage, ob Wachstumsprobleme auf den fehlenden Willen des Unternehmers zum Wachstum zurückzuführen sind, soll aufgrund der dieser Arbeit zugrundeliegenden Definition von Entrepreneurship, die Gewinnmaximierung impliziert, nicht behandelt werden.

<sup>351</sup> Vgl. Scott und Bruce (1987), S.45.

<sup>352</sup> Vgl. Albach, Bock und Warnke (1985), S.8ff.

<sup>353</sup> Vgl. Kao (1989), S.179.

nicht mehr aufrechterhalten. Eine Veränderung des primären Koordinationsmechanismus, d.h. der Übergang von der unternehmerdominierten Leitung hin zur Führung durch ein professionelles Management, wird unumgänglich.<sup>354</sup> Die in der Umsetzungsphase vorherrschende informelle Führung muß durch formale Systeme (Koordination durch Pläne)<sup>355</sup> ersetzt werden.<sup>356</sup> Eine zunehmende Dezentralisierung der Entscheidungen und der Planung ist zu beobachten. Dieser Punkt markiert gemäß der dieser Arbeit zugrunde liegenden Definition von Entrepreneurship den Endpunkt des unternehmerischen Prozesses. Die nun beginnende Phase des professionellen Managements ist durch ein hohes Maß an Delegation und formaler Kontrolle gekennzeichnet.<sup>357</sup>

Vielen Unternehmern wird Versagen beim Aufbau formaler Systeme und beim Aufgeben der bis dato erfolgreichen Führung durch persönliche Weisungen nachgesagt.<sup>358</sup> Die Unfähigkeit, diesen Übergang zu vollziehen wird häufig als wesentliche Ursache des Scheiterns von Unternehmen bezeichnet.<sup>359</sup>

Neben der Bewältigung ist das präventive Erkennen von Wachstumsschwellen eine wichtige Fragestellung für Gründungsunternehmen.<sup>360</sup> Die Unternehmensführung braucht ein Frühwarnsystem, um negative Entwicklungen rechtzeitig erkennen und geeignete Maßnahmen einleiten zu können.<sup>361</sup> Wesentliche Implikationen der Forschung über Wachstumskrisen sind somit Handlungsanweisungen für Unternehmer, wie Wachstumsprobleme erkannt werden können und welche Maßnahmen zur Überwindung von Wachstumskrisen geeignet sind.<sup>362</sup> Desweiteren ergeben sich Implikationen für die Wirtschaftspolitik, insbesondere dahingehend, welche Unternehmen zur Überwindung „normaler“ Wachstumsprobleme gezielte staatliche Förderung erhalten sollen.<sup>363</sup>

#### 2.3.4.2. Kritische Würdigung

Die Erforschung der Organisationsentstehung steht erst am Anfang ihrer Entwicklung. Die erfolgte Identifikation von Merkmalen entstehender Organisationen muß empirisch validiert werden. Hierzu sind Datenerhebungen erforderlich, die bereits die Gründungsabsichten erfassen.<sup>364</sup> Das Potential dieses Ansatzes für die Entrepreneurship-Forschung ist groß, da vermutet wird, daß eine Vielzahl von entstehenden Organisationen nie den Schritt in die Entwicklungsphase schaffen. Wenn

<sup>354</sup> Vgl. Roberts (1987), S.85; Vgl. Kosmider (1994), S.52ff, der diese Fragestellung dem Controlling zuordnet.

<sup>355</sup> Vgl. Weber (1995), S.51.

<sup>356</sup> In der Literatur findet sich für diesen Vorgang die Bezeichnung 'Entrepreneurial-Managerial Transition'. Vgl. Flamholtz (1986), S.37; Vgl. Kao (1989), S.179; Vgl. Olson (1987), S.10; Vgl. Roberts (1987), S.74.

<sup>357</sup> Vgl. Roberts (1987), S.78; Vgl. Hay (1992), S.293.

<sup>358</sup> Vgl. Kets de Vries (1985), S.160. Dieses Problem wird dort als 'the dark side of entrepreneurship' bezeichnet; Vgl. Olson (1987), S.10.

<sup>359</sup> Vgl. Olson (1987), S.10; Vgl. Vesper (1980), S.56.

<sup>360</sup> Vgl. Kosmider (1994), S.53.

<sup>361</sup> Vgl. Kosmider (1994), S.54.

<sup>362</sup> Vgl. Scott und Bruce (1987), S.45; Vgl. Curchill und Lewis (1987), S.50.

<sup>363</sup> Vgl. Albach, Bock und Warnke (1985), S.II.

<sup>364</sup> Vgl. Katz und Gartner (1988), S.433ff.; Reynolds verfolgt mit einer zur Zeit laufenden großangelegten Untersuchung diese Absicht. Vgl. Reynolds (1997a), S.1ff.

diese Hypothese zutrifft, erfaßt die Organisationsforschung, die auf die Entwicklungsphase ausgelegt ist, nur einen Bruchteil aller unternehmerischen Aktivitäten.<sup>365</sup>

In der Entwicklungsphase sollte untersucht werden, welche organisatorischen bzw. führungssystembezogenen Anpassungen zur Bewältigung des Unternehmenswachstums vorgenommen werden müssen. Neben der Relevanz für die Theoriebildung ist die empirische Bestätigung der Hypothese, daß viele Unternehmenszusammenbrüche auf organisatorische Probleme bzw. die unzureichende Anpassung der Führungssysteme zurückzuführen sind, auch für die Entrepreneurship-Lehre von großer Bedeutung.<sup>366</sup>

Bei den meisten organisationsbezogenen Ansätzen der Entrepreneurship-Literatur, die sich auf Unternehmen in der Entwicklungsphase beziehen, handelt es sich um konzeptionelle Arbeiten, die bislang empirisch kaum untermauert sind.<sup>367</sup>

Zur Erbringung der skizzierten Forschungsleistungen sind vor allem Längsschnittanalysen bei Gründungsunternehmen erforderlich.<sup>368</sup> Zudem sollte eine Konvergenz bezüglich der vielfältigen Ansätze der Phasenbildung angestrebt werden.<sup>369</sup> Dies würde die Operationalisierbarkeit der konzeptionellen Studien und die Vergleichbarkeit der Ergebnisse verbessern.

## 2.4. Individuelle Ebene

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Entrepreneurship-Forschung auf der Ebene des Individuums diskutiert. Dazu werden die Forschungsansätze und Forschungsergebnisse bezüglich der demographischen Charakteristika von Unternehmern (Kapitel D.2.4.1), der Eigenschaften von Unternehmern (Kapitel D.2.4.2) und des Verhaltens von Unternehmern (Kapitel D.2.4.3) erörtert.

Jedes der drei Forschungsgebiete auf individueller Ebene umfaßt mehrere Variablen und Konstrukte, die auf ihren Zusammenhang mit den Phasen des unternehmerischen Prozesses untersucht werden. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit kann jedoch nur auf die jeweils wichtigsten Variablen Bezug genommen werden.<sup>370</sup>

### 2.4.1. Demographische Charakteristika von Unternehmern

Der Begriff Demographie stammt ursprünglich aus dem Griechischen und bedeutet wörtlich übersetzt „Messung des Volks“<sup>371</sup>. Demographie im engeren Sinne beschränkt sich auf Variablen wie Alter, Geschlecht oder Rasse. In der Entrepreneurship-Literatur wird der Begriff jedoch weiter gefaßt, so daß auch das persönliche Umfeld des

<sup>365</sup> Vgl. Katz und Gartner (1988), S.437.

<sup>366</sup> Vgl. Hay (1992), S.300; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.153.

<sup>367</sup> Vgl. Gibb und Davies (1991), S.294; Vgl. Kets de Vries (1985), S.162.

<sup>368</sup> Vgl. Gibb und Davies (1991), S.294; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.153.

<sup>369</sup> Vgl. Hanks und Chandler (1994), S.655.

<sup>370</sup> Wichtigkeit wurde hierbei von den Autoren durch die objektive Komponente „Häufigkeit der Verwendung in der Literatur“ sowie durch die subjektive Komponente „zukünftiges Forschungspotential“ operationalisiert. Letzteres Kriterium basiert auf in der Literatur vertretenen Ansichten.

<sup>371</sup> Vgl. Bird (1993), S.12.

Unternehmers unter demographische Charakteristika subsumiert wird.<sup>372</sup> Im Sinne dieser Definition werden im folgenden die persönlichen Umfeldfaktoren Familienhintergrund, Ausbildung, Berufserfahrung und persönliches Netzwerk im Zusammenhang mit dem unternehmerischen Prozeß untersucht.<sup>373</sup> Die Diskussion des persönlichen Umfelds des Unternehmers wird dabei auf der Ebene des Individuums angesiedelt, da dieses vom einzelnen Unternehmer aktiv beeinflusst werden kann, während die bereits in Kapitel D.2.2 diskutierten Einflußfaktoren auf Umweltebene für alle Unternehmer exogen vorgegeben sind.

#### 2.4.1.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Die zentrale Hypothese des demographischen Forschungsansatzes lautet, daß der persönliche Hintergrund eines Individuums die einzelnen Phasen des Gründungsprozesses maßgeblich beeinflusst.<sup>374</sup>

Bevor die Forschungsergebnisse den einzelnen Prozeßphasen zugeordnet werden, ist es notwendig, die in diesem Kapitel betrachteten Konstrukte und die daraus resultierenden Fragestellungen für die Entrepreneurship-Forschung zu skizzieren:

1. Familienhintergrund: Hierunter fällt insbesondere die Frage, ob und wie Eltern ihre Kinder bezüglich des Verhaltens im unternehmerischen Prozeß beeinflussen.
2. Formale Ausbildung: Die Länge und Art der formalen Ausbildung (z.B. an einer Hochschule) wird in verschiedenen Studien als erklärende Variable für das Verhalten des Unternehmers in den Phasen des unternehmerischen Prozesses verwendet.
3. Berufserfahrung: Da die meisten Unternehmer zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung bereits über Berufserfahrung verfügen<sup>375</sup>, lautet eine Hypothese, daß diese auf den Gründungsprozeß einwirkt.<sup>376</sup>
4. Persönliches Netzwerk: Eine weitere Hypothese ist, daß die Art der persönlichen Netzwerkbildung Einfluß auf die Phasen des Gründungsprozesses hat.<sup>377</sup> Dabei umfaßt ein persönliches Netzwerk alle Beziehungen eines Unternehmers zu anderen Personen (z.B. Lieferanten, Kunden oder Freunde).<sup>378</sup> Grundsätzlich können zwei Arten von Beziehungen unterschieden werden:<sup>379</sup> Enge Netzwerke ('strong ties') entwickeln sich über einen längeren Zeitraum und sind durch häufige Interaktion und Vertrauen geprägt. Lose Netzwerke ('weak ties') sind durch eine unregelmäßige Interaktion und einen geringeren Grad an Vertrauen charakterisiert.<sup>380</sup>

Im folgenden werden diese Faktoren auf ihren Erklärungsgehalt für die einzelnen Phasen des Gründungsprozesses untersucht.

<sup>372</sup> Vgl. Robinson et al. (1991), S.15; Vgl. Bird (1993), S.12.

<sup>373</sup> Auf die beiden demographischen Themengebiete „Frauen und Entrepreneurship“ und „Minderheiten und Entrepreneurship“ soll an dieser Stelle nur verwiesen werden. Für einen Überblick im Bereich „Frauen und Entrepreneurship“ Vgl. Bird (1993), S.33ff.; für „Minderheiten und Entrepreneurship“ Vgl. Aldrich und Waldinger (1990), S.111ff.

<sup>374</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.28, S.34.

<sup>375</sup> Vgl. Birley und Norburn (1987), S.353; Vgl. Stoner und Fry (1982), S.43.

<sup>376</sup> Vgl. Cooper und Dunkelberg (1987), S.11ff.

<sup>377</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.150.

<sup>378</sup> Vgl. Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995), S.128; Vgl. Dubini und Aldrich (1991), S.307.

<sup>379</sup> Vgl. Dubini und Aldrich (1991), S.307; Vgl. Granovetter (1973), S.1360ff.; Vgl. Reynolds (1991), S.64.

<sup>380</sup> Vgl. Aldrich und Zimmer (1986), S.13; Vgl. Dubini und Aldrich (1991), S.309.

### 2.4.1.1.1. Ideenfindung

1. **Familienhintergrund:** Borland (1974) findet in ihrer Studie zum Verhältnis zwischen familiärem Hintergrund, psychologischen Variablen und Entrepreneurship eine hohe Korrelation zwischen einer unternehmerischen Tätigkeit der Eltern und der Intention des Kindes, selbst unternehmerisch tätig zu werden.<sup>381</sup> Dieser Effekt ist einerseits dadurch zu erklären, daß die unternehmerisch tätigen Eltern eine Vorbildfunktion ausüben.<sup>382</sup> Andererseits ist anzunehmen, daß beim Kind Lerneffekte eintreten, die den unternehmerischen Prozeß entmystifizieren.<sup>383</sup>
2. **Formale Ausbildung:** In der Literatur wird zum Teil die Ansicht vertreten, daß eine „formale Ausbildung“ die Neugier, Vision und Risikobereitschaft verringert und sich daher negativ auf die Bereitschaft auswirkt, sich mit der Idee der Unternehmensgründung zu beschäftigen.<sup>384</sup> Für diese Hypothese gibt es bislang jedoch keinen empirischen Beweis.
3. **Berufserfahrung:** Es gibt aussagefähige Studien, die den Einfluß der Berufserfahrung auf die Gründungsidee und die Intention zur Gründung untersuchen. Empirische Studien bestätigen, daß die Gründungsidee eines Unternehmers oft in Verbindung mit der eigenen Berufserfahrung steht.<sup>385</sup> Beispielsweise finden Cooper und Dunkelberg (1987), daß 66% der befragten Unternehmensgründer gleiche oder ähnliche Leistungen anbieten wie ihr bisheriger Arbeitgeber und daß 61% gleiche oder ähnliche Kundenkreise bedienen.

	Gleich	Ähnlich	Verschieden
Angebotene Leistung	39%	27%	34%
Kundenkreis	17%	44%	39%

Abbildung 16: Beziehung des neuen Unternehmens zum bisherigen Arbeitgeber<sup>386</sup>

Weitere Forschungsarbeiten untermauern die These, daß die Berufserfahrung einen Einfluß auf die Intention zur Unternehmensgründung ausübt: Danach ist Unzufriedenheit in einer Angestelltenposition ein möglicher Auslöser für eine eigene Unternehmensgründung.<sup>387</sup> Brockhaus (1980) stellt fest, daß die Unzufriedenheit von Unternehmern in ihrer letzten Position vor der Selbständigkeit bezüglich der Variablen „eigene Position“, „Karrieremöglichkeiten“, „Qualität des Managements“ und „Einstellung gegenüber Mitarbeitern“ signifikant höher ist als beim Bevölkerungsdurchschnitt, während für die Variable „Bezahlung“ das Gegenteil der Fall ist.<sup>388</sup>

4. **Persönliches Netzwerk:** Das persönliche Netzwerk besitzt in der Ideenfindungsphase einen hohen Stellenwert. Empirische Untersuchungen identifizieren

<sup>381</sup> Vgl. Borland (1974), S.115.

<sup>382</sup> Vgl. Susbauer (1972) in: Cooper und Dunkelberg (1987), S.15.

<sup>383</sup> Vgl. Cooper und Dunkelberg (1987), S.15.

<sup>384</sup> Vgl. Bird (1993), S.24f.; Vgl. Ronstadt (1984), S.104.

<sup>385</sup> Vgl. Birley (1985), S.331; Vgl. Case (1989), S.54; Vgl. Vesper (1991), S.149.

<sup>386</sup> Vgl. Cooper und Dunkelberg (1987), S.18.

<sup>387</sup> Vgl. Brockhaus (1980), S.37ff.; Vgl. Hornaday und Ticken (1981), S.25ff.; Vgl. Shapero (1982) in: Cooper und Dunkelberg (1987), S.18.

<sup>388</sup> Vgl. Brockhaus (1980), S.37ff.

persönliche Kontakte als Hauptquelle für Gründungsideen.<sup>389</sup> Für den potentiellen Unternehmer ist Information ein besonders wichtiges Gut, um eine Gründungsidee zu erarbeiten und zu verfolgen. Der Zugang zu Informationen ist dabei abhängig von der Struktur des persönlichen Netzwerks: 'Strong ties' sind in dieser Phase wenig hilfreich, da das Beziehungsgeflecht innerhalb eines solchen Netzwerks durch Homogenität und damit geringe Informationsvielfalt geprägt ist. In einem losen Beziehungsgeflecht ist die Diversität der Informationen dagegen hoch. Dies ist für den Unternehmer in der Phase der Ideenfindung positiv, da er somit Zugang zu einer Vielzahl an Ideen erhält.<sup>390</sup>

#### 2.4.1.1.2. Umsetzung

1. **Familienhintergrund:** Cooper und Dunkelberg (1987) finden in einer empirischen Studie heraus, daß 50% der befragten Unternehmer mindestens ein Elternteil besitzen, der selbst Unternehmer war oder ist. Allerdings wird von den Autoren keine Vergleichszahl für die durchschnittliche Bevölkerung geliefert.<sup>391</sup>
2. **Formale Ausbildung:** In einzelnen Sektoren (z.B. im HighTech-Bereich) ist eine formale Ausbildung für Unternehmer eine notwendige Startvoraussetzung.<sup>392</sup> Goslin (1987) findet, daß nur 16% der von ihm befragten Unternehmer keinen College-Abschluß hatten.<sup>393</sup> Andere Studien bestätigen den Trend, daß Unternehmer zum Zeitpunkt der Gründung über ein höheres Ausbildungsniveau verfügen als die Gesamtbevölkerung und als Nicht-Unternehmer.<sup>394</sup> Diese Untersuchungen basieren allerdings zumeist auf Querschnitten über verschiedene Industrien, so daß der Aussagegehalt fraglich ist.
3. **Berufserfahrung:** Es gibt in der Literatur Tendenzaussagen, daß Berufserfahrung (Industrienerfahrung ebenso wie Managementenerfahrung) den Gründungsprozeß erleichtert.<sup>395</sup> Ein empirisches Ergebnis ist, daß die Hälfte aller Unternehmensgründungen eine Reaktion auf Unzufriedenheit in der bisherigen Position ist (negative Berufserfahrung), während die andere Hälfte der Gründer die Unternehmensgründung aktiv betreibt.<sup>396</sup>
4. **Persönliches Netzwerk:** Nach Dubini und Aldrich (1991) ist es in der Umsetzungsphase außerordentlich wichtig, Schlüsselpersonen zu identifizieren, die bei der Beschaffung der benötigten Ressourcen helfen können.<sup>397</sup> Dies bedeutet, daß neben den Business Plan auch ein „politischer Plan“ treten muß.<sup>398</sup> In dieser Phase zeigen sich die Vorzüge eines engen gegenüber einem losen Netzwerk: Mitglieder enger Netzwerke sind aufgrund ihrer engen sozialen Beziehung zum Unternehmer eher dazu bereit, Unterstützung bei der Realisierung der Gründungsidee zu leisten als Mitglieder eines losen Netzwerks, die kaum emotionale Bindungen zum Unternehmer haben.<sup>399</sup>

<sup>389</sup> Vgl. Birley (1985), S.327.

<sup>390</sup> Vgl. Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995), S.128f.; Vgl. Dubini und Aldrich (1991), S.308.

<sup>391</sup> Vgl. Cooper und Dunkelberg (1987), S.15.

<sup>392</sup> Vgl. Bird (1993), S.27.

<sup>393</sup> Vgl. Goslin (1987), S.452ff.

<sup>394</sup> Vgl. Birley und Norburn (1987), S.361; Vgl. Teach, Tarpley und Schwartz (1985), S.435ff.

<sup>395</sup> Vgl. Bird (1993), S.24.

<sup>396</sup> Vgl. Cooper und Dunkelberg (1987), S.18.

<sup>397</sup> Vgl. Dubini und Aldrich (1991), S.311.

<sup>398</sup> Vgl. MacMillan (1983), S.8ff.

<sup>399</sup> Vgl. Granovetter (1982) in: Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995), S.129.

### 2.4.1.1.3. Entwicklung

1. **Familienhintergrund:** Der Zusammenhang zwischen Familienhintergrund und Unternehmensentwicklung konnte bislang nicht nachgewiesen werden.<sup>400</sup>
2. **Formale Ausbildung:** Die Hypothese, daß formale Ausbildung ein signifikanter Indikator für unternehmerischen Erfolg ist, kann durch empirische Studien ebenfalls nicht eindeutig belegt werden.<sup>401</sup>
3. **Berufserfahrung:** Es gibt eine Reihe von Studien, die sich mit dem Zusammenhang zwischen Berufserfahrung und unternehmerischem Erfolg auseinandersetzen.<sup>402</sup> Teach, Tarpley und Schwartz (1985) weisen eine starke Korrelation zwischen Industrieerfahrung des Unternehmers und Umsatzwachstum in der Softwarebranche nach.<sup>403</sup> Sandberg (1987) hingegen findet keine Korrelation.<sup>404</sup> Hoad und Rosko (1964) weisen einen Zusammenhang zwischen wenig Industrieerfahrung und hoher Mißerfolgsquote nach: Während Unternehmer mit mehr als zehn Jahren Industrieerfahrung in 24% der Fälle scheitern, müssen 51% der Unternehmer ohne jedwede Berufserfahrung ihr Unternehmen wieder schließen.<sup>405</sup> Der Anteil der beiden Gruppen an den Wachstumsunternehmen ist dagegen ungefähr gleich (32% versus 35%). Auf Basis der Ergebnisse dieser Studie kann daher lediglich die Aussage getroffen werden, daß das Risiko des Mißerfolgs ceteris paribus höher ist, wenn der Gründer über vergleichsweise wenig Industrieerfahrung verfügt. In einer weiteren Studie wird nachgewiesen, daß Wachstumsunternehmen tendenziell auf eine aus der Berufserfahrung abgeleiteten Geschäftsidee zurückgehen.<sup>406</sup> Amit und Muller (1996) konzentrieren sich auf den Unterschied zwischen Personen, die sich an tatsächlichen Marktchancen orientieren ('pull') im Gegensatz zu Personen, die durch Unzufriedenheit am Arbeitsplatz zur Unternehmensgründung getrieben werden ('push'). Sie zeigen, daß „Pull“-Unternehmer signifikant erfolgreicher sind als „Push“-Unternehmer.<sup>407</sup>
4. **Persönliches Netzwerk:** Reynolds (1991) postuliert, daß diejenigen Unternehmer in der Entwicklungsphase am erfolgreichsten sind, die über ein gut funktionierendes enges Netzwerk verfügen.<sup>408</sup> Carsrud, Gaglio und Olm (1986) kommen zu dem Ergebnis, daß eine sehr fokussierte Netzwerkbeziehung (z.B. Mentoren) sich negativ auf den Unternehmenserfolg auswirkt.<sup>409</sup> Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995) weisen darauf hin, daß in der Entwicklungsphase eine Mischung aus beiden Arten von Netzwerken erforderlich ist, wobei sowohl ein zu kleines als auch ein zu großes Gesamtnetzwerk dysfunktional ist (Informationsdefizit vs. Zeitproblem).<sup>410</sup> Auch für diese Phase des Gründungsprozesses ist ein Mangel an empirischen Arbeiten zur Bedeutung des persönlichen Netzwerks zu beklagen.<sup>411</sup>

<sup>400</sup> Vgl. Birley und Norburn (1987), S.356.

<sup>401</sup> Vgl. Bird (1993), S.30; Vgl. Woo, Cooper und Dunkelberg (1991), S.97; Vgl. Sage (1993), S.67.

<sup>402</sup> Vgl. Bird (1993), S.17.

<sup>403</sup> Vgl. Teach, Tarpley und Schwartz (1985), S.435ff.

<sup>404</sup> Vgl. Sandberg und Hofer (1987), S.21.

<sup>405</sup> Vgl. Hoad und Rosko (1964) in: Bird (1993), S.18.

<sup>406</sup> Vgl. Dunkelberg, et al. (1987), S.307ff.

<sup>407</sup> Vgl. Amit und Muller (1996), S.6.

<sup>408</sup> Vgl. MacMillan (1983), S.8f.; Vgl. Reynolds (1991), S.64.

<sup>409</sup> Vgl. Carsrud, Gaglio und Olm (1986), S.234.

<sup>410</sup> Vgl. Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995), S.130.

<sup>411</sup> Vgl. Carsrud, Gaglio und Olm (1986), S.235.

Der Entwicklungsphase sind auch Studien zur Typologisierung von Unternehmern zuzuordnen. Hierbei werden verschiedene demographische Charakteristika kombiniert und Unternehmer unterschiedlichen Kategorien zugeordnet. Einzelne Studien ermitteln zwischen drei und elf verschiedene Kategorien.<sup>412</sup> In der Literatur ist jedoch eine Konvergenz auf die dichotome Unternehmertypologie „wachstumsorientierte Unternehmer“ (‘opportunists’) versus „nicht-wachstumsorientierte Unternehmer“ (‘craftsmen’) festzustellen.<sup>413</sup>

Mit der Kategorisierung wird versucht, anhand der Charakteristika des Unternehmers wachsende von stagnierenden Unternehmen zu trennen.<sup>414</sup> Zur Überprüfung der Validität bisheriger Studien wenden Woo, Cooper und Dunkelberg (1991) verschiedene in der Literatur verwendete Klassifizierungsparameter nacheinander auf ein Datenset an.<sup>415</sup> Das Resultat ist, daß die Zuordnung von Unternehmern zu einzelnen Klassen in hohem Maße von der Wahl der Parameter abhängt.<sup>416</sup>

#### 2.4.1.2. Kritische Würdigung

Der Beitrag der Forschungsergebnisse des demographischen Ansatzes zu einer Entrepreneurship-Theorie ist bis heute gering.<sup>417</sup> Die vorhandenen konzeptionellen Ansätze, die den Einfluß von demographischen Variablen auf den Gründungsprozeß beschreiben, konnten empirisch bislang nicht hinreichend validiert werden. Dies liegt zum Teil an der Methodik der Untersuchungen. Problematisch sind vor allem kleine Stichproben aus unterschiedlichen Grundgesamtheiten sowie die statische Betrachtung.<sup>418</sup>

Zudem gibt es grundlegende Kritik an den demographischen Forschungsansätzen: Unternehmer lassen sich aufgrund ihrer Diversität nicht kategorisieren, so daß die demographische Durchschnittsbildung zu einer unzulässigen Standardisierung führt.<sup>419</sup>

Lediglich das Konzept des „persönlichen Netzwerks“ ist aus zwei Gründen für weitere Forschungsarbeiten interessant. Zum einen kann dieser Ansatz prozeßorientiert gestaltet werden, was dem modernen Verständnis von Entrepreneurship entspricht.<sup>420</sup> Zum anderen können die aus diesem Ansatz ableitbaren Konsequenzen im Rahmen einer Entrepreneurship-Ausbildung vermittelt werden.

#### 2.4.2. Eigenschaften von Unternehmern

Die Eigenschaften von Unternehmern waren bereits Gegenstand der Betrachtung der klassischen, volkswirtschaftlich orientierten Theorien, in denen der Unternehmer unter anderem als Risikoträger (Cantillon) oder Innovator (Schumpeter) bezeichnet

<sup>412</sup> Vgl. Dunkelberg und Cooper (1982), S.1ff.; Vgl. Gartner (1984), S.500ff.; Vgl. Lafuente und Salas (1989), S.17ff.; Vgl. Vesper (1980), S.9ff.; Vgl. Webster (1977), S.54ff.

<sup>413</sup> Vgl. Braden (1977), S.54ff.; Vgl. Smith und Miner (1983), S.325ff.; Vgl. Davidson (1988), S.88ff.

<sup>414</sup> Vgl. Woo, Cooper und Dunkelberg (1991), S.97.

<sup>415</sup> Vgl. Woo, Cooper und Dunkelberg (1991), S.93ff.

<sup>416</sup> Vgl. Woo, Cooper und Dunkelberg (1991), S.93.

<sup>417</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.148; Vgl. Woo, Cooper und Dunkelberg (1991), S.109.

<sup>418</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.148.

<sup>419</sup> Vgl. Gartner (1985), S.697; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.148.; Vgl. Wortman (1987), S.259ff.

<sup>420</sup> Vgl. Dubini und Aldrich (1991), S.306.



wurde.<sup>421</sup> Diese Theorien setzen jedoch die Eigenschaften des Unternehmers als gegeben voraus und betrachten darauf aufbauend volkswirtschaftliche Prozesse.

McClelland war 1961 der erste Wissenschaftler, der die Eigenschaften des Unternehmers empirisch überprüfte und Entrepreneurship an diesen Eigenschaften festmachte. Bis zu den 80er Jahren hat dieser eigenschaftsorientierte Ansatz ('traits approach') erhebliche wissenschaftliche Aufmerksamkeit auf sich gezogen<sup>422</sup> und war Gegenstand kontroverser Diskussionen.<sup>423</sup> Das große Interesse an diesem Erklärungsansatz ist nicht verwunderlich, scheinen doch die meisten Unternehmer besondere Persönlichkeiten zu sein, die Eigenschaften aufweisen, die den meisten Menschen nicht zugetraut werden.<sup>424</sup>

In der Entrepreneurship-Literatur gibt es eine Vielzahl von Eigenschaften, die dem typischen Unternehmer zugeschrieben werden. Beispiele hierfür sind: Kreativität, Initiative, Führungsqualitäten, Autonomie, Unabhängigkeitsstreben, Dynamik, Optimismus und Selbstbewußtsein.<sup>425</sup> Gartner (1988) kritisiert jedoch, daß die Zusammenfassung aller jemals verwendeter Unternehmerattribute einen typischen „Jedermann“ ergibt.<sup>426</sup>

Gegenstand dieses Kapitels sind daher lediglich die Forschungsergebnisse der in der Entrepreneurship-Literatur am häufigsten verwendeten psychologischen Konstrukte Leistungsmotivation, Machbarkeitsüberzeugung und Risikoeinstellung.

#### 2.4.2.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Vor der Diskussion der Forschungsergebnisse im einzelnen, ist eine einleitende Charakterisierung der drei betrachteten Konstrukte notwendig:

1. Leistungsmotivation: Die längste Historie in der Verwendung persönlichkeitsorientierter Merkmale zur Erklärung des unternehmerischen Prozesses hat das psychologische Konstrukt der Leistungsmotivation.<sup>427</sup> McClelland (1961) verwendet dieses Konstrukt<sup>428</sup>, um nachzuweisen, daß Personen mit hoher Leistungsmotivation bestimmte Eigenschaften besitzen.<sup>429</sup> Diese sind die Präferenz für persönliche Verantwortung für Entscheidungen, die Zielgerichtetheit und

<sup>421</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S. 25.

<sup>422</sup> Vgl. Naffziger, Hornsby und Kuratko (1994), S.32; Vgl. Sapienza, Herron und Menendez (1991), S.255; Vgl. Szyperski und Nathusius (1977), S.38ff.

<sup>423</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.36; Vgl. Carland, Hoy und Carland (1988), S.33ff; Vgl. Gartner (1988), S.11ff.; Vgl. Gartner (1989), S.27ff; Low und MacMillan (1988), S.147ff.

<sup>424</sup> Vgl. Gartner (1988), S.22.

<sup>425</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.31ff.; Vgl. Kao (1990), S.68f.; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.147; Vgl. Welsh und White (1981), S.505ff.

<sup>426</sup> Vgl. Gartner (1988), S.17.

<sup>427</sup> Vgl. Shaver und Scott (1991), S.30. Die ursprüngliche Definition des Konstrukts Leistungsmotivation stammt von Murray (1938), S.164. Leistungsmotivation wird dort wie folgt beschrieben: „To accomplish something difficult. To master, manipulate, or organize physical objects, human beings or ideas. To do this as rapidly, and as independently as possible. To overcome obstacles and attain a high standard. To excel one's self. To rival and surpass others. To increase self-regard by the successful exercise of talent.“

<sup>428</sup> Vgl. Johnson (1990), S. 42ff. für eine Beschreibung und Kritik verschiedener Meßmethoden.

<sup>429</sup> Vgl. McClelland (1961), S.207.

moderate Risikopräferenz sowie das Streben nach Feedback bezüglich der getroffenen Entscheidungen.

2. **Machbarkeitsüberzeugung:** In enger Beziehung zu dem Konstrukt der Leistungsmotivation steht die Theorie der Machbarkeitsüberzeugung. Personen, die Resultate von Aktionen entweder als Folge eigenen Verhaltens oder Eigenschaften interpretieren, besitzen 'internal control'; dagegen glauben Personen, die Resultate eigener Aktionen auf Umstände oder Einwirkung Dritter zurückführen, an 'external control'.<sup>430</sup>
3. **Risikoeinstellung:** Dieses Konstrukt ist häufiger Forschungsgegenstand in der Entrepreneurship-Literatur, da es Teil vieler (insbesondere volkswirtschaftlicher) Definitionen des Unternehmers ist.<sup>431</sup>

#### 2.4.2.1.1. Ideenfindung

Die Forschungshypothese ist, daß eine hohe Leistungsmotivation, eine feste Machbarkeitsüberzeugung sowie eine positive Risikoeinstellung, die Intention, ein Unternehmen zu gründen, verstärken.

1. **Leistungsmotivation:** Borland (1974) findet auf der Basis einer Befragung von Studenten für den Einfluß der Leistungsmotivation auf die Intention zur Unternehmensgründung kein eindeutiges Ergebnis.<sup>432</sup>
2. **Machbarkeitsüberzeugung:** Ein Resultat derselben Studie ist, daß die Machbarkeitsüberzeugung ein signifikanter Indikator für die Intention zur Unternehmensgründung ist.<sup>433</sup>
3. **Risikoeinstellung:** Sexton und Bowman (1983) kommen zu dem Ergebnis, daß sich Entrepreneurship-Studenten (stellvertretend für Individuen mit Gründungsabsicht) in ihrer Risikoeinstellung nicht signifikant von anderen Studenten unterscheiden.<sup>434</sup>

#### 2.4.2.1.2. Umsetzung

1. **Leistungsmotivation:** McClelland (1965) weist in einer Längsschnittstudie eine Korrelation zwischen Leistungsmotivation und der Wahrscheinlichkeit einer späteren Unternehmensgründung nach.<sup>435</sup> Begley und Boyd (1986) kommen zu dem gleichen Ergebnis. Andere Studien kommen dagegen zu dem Ergebnis, daß die Kausalkette „hohe Leistungsmotivation führt zur Initiierung einer Unternehmensgründung“ nicht bestätigt werden kann.<sup>436</sup>
2. **Machbarkeitsüberzeugung:** Die Hypothese der Korrelation zwischen Machbarkeitsüberzeugung und der Wahrscheinlichkeit einer Unternehmensgründung ist nur vereinzelt geprüft worden, ohne daß eindeutige Ergebnisse erzielt wurden.<sup>437</sup>

<sup>430</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.27f.

<sup>431</sup> Vgl. Brockhaus (1980), S.512; Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.29; Vgl. Korunka, Frank und Becker (1993), S.172; Vgl. Welsh und White (1981), S.507.

<sup>432</sup> Vgl. Borland (1974), S.114.

<sup>433</sup> Vgl. Borland (1974), S.114.

<sup>434</sup> Vgl. Sexton und Bowman (1983), S.465ff. Nach dieser Studie trifft dieses Ergebnis auch für die Leistungsmotivation und die Machbarkeitsüberzeugung zu.

<sup>435</sup> Vgl. McClelland (1965) in: Johnson (1990), S.48.

<sup>436</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.27; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.147; Vgl. Sexton und Bowman (1985), S.129f.

<sup>437</sup> Vgl. Klandt (1990), S.96; Vgl. Korunka, Frank und Becker (1993), S.172.

3. **Risikoeinstellung:** Die Hypothese, daß Individuen aufgrund ihrer positiven Risikoeinstellung Unternehmen gründen, wird von Brockhaus (1980) verworfen.<sup>438</sup>

#### 2.4.2.1.3. Entwicklung

Die meisten empirischen Studien des eigenschaftsorientierten Ansatzes sind der Phase der Entwicklung zuzurechnen. Dies folgt in erster Linie aus Gründen der Operationalisierbarkeit, da so auf bereits tätige Unternehmer zurückgegriffen werden kann.<sup>439</sup>

1. **Leistungsmotivation:** McClelland (1965) führt Studien durch, die eine Korrelation zwischen Leistungsmotivation und unternehmerischem Erfolg nachweisen.<sup>440</sup> Klandt (1990) bestätigt diesen Zusammenhang.<sup>441</sup> Begley und Boyd (1986) können dagegen diesen Zusammenhang nicht empirisch bestätigen.<sup>442</sup>
2. **Machbarkeitsüberzeugung:** Es gibt einige Studien, die eine Korrelation zwischen hoher Machbarkeitsüberzeugung und Unternehmenserfolg finden.<sup>443</sup> Dieses Kriterium erweist sich jedoch nicht als trennscharf gegenüber der Gruppe „Manager“, die ebenfalls eine hohe Machbarkeitsüberzeugung aufweisen.<sup>444</sup>
3. **Risikoeinstellung:** Empirische Studien kommen zu dem Ergebnis, daß Unternehmer in der Entwicklungsphase ihres Unternehmens dieselbe Risikoeinstellung zeigen wie Manager und der Durchschnitt der Bevölkerung. Auch der Unternehmenserfolg ist nicht mit dem Grad der Risikofreudigkeit korreliert.<sup>445</sup>

#### 2.4.2.2. Kritische Würdigung

Trotz extensiver Forschung gibt es bisher kaum Beweise dafür, daß Unternehmer sich in ihren Eigenschaften von Nicht-Unternehmern, dem Bevölkerungsdurchschnitt und anderen Kontrollgruppen (wie z.B. Managern) unterscheiden.<sup>446</sup> Ein klares Indiz hierfür ist die Beobachtung, daß in den meisten Studien die Varianz der Meßergebnisse innerhalb der Gruppe der Unternehmer genauso groß ist wie die zwischen Unternehmern und Nicht-Unternehmern bzw. anderen Kontrollgruppen.<sup>447</sup>

Zudem ist kritisch anzumerken, daß die Erforschung von unternehmerischen Eigenschaften im allgemeinen ungeeignet ist, relevante Inhalte für die Entrepreneurship-Lehre zu generieren: Eigenschaften stellen mittelfristig unveränderliche Persönlichkeitsmerkmale dar, die durch Lehrveranstaltung kaum beeinflussbar sind.

Für die Zukunft ist nicht zu erwarten, daß neue Studien in der Tradition des 'traits approach' den bisher geringen Beitrag dieser Richtung zur Theoriebildung in

<sup>438</sup> Vgl. Brockhaus (1980), S.517; Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.30; Vgl. Palich und Bagby (1995), S.426. Vgl. Gartner (1989), S. 34.

<sup>439</sup> Vgl. Johnson (1990), S.44ff.

<sup>440</sup> Vgl. McClelland (1965), S.389ff.

<sup>441</sup> Vgl. Klandt (1990), S.91.

<sup>442</sup> Vgl. Begley und Boyd (1986), S.99ff.

<sup>443</sup> Berlew (1975) in: Brockhaus und Horwitz (1986), S.28; Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.29.

<sup>444</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.29; Vgl. Sexton und Bowman (1985), 129ff.

<sup>445</sup> Vgl. Brockhaus (1980), S.517f.; Vgl. Korunka, Frank und Becker (1993), S.173; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.147.; Vgl. Palich und Bagby (1995), S.426.; Vgl. Sexton und Bowman (1985), S.129ff.

<sup>446</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.34.; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.147.

<sup>447</sup> Vgl. Gartner (1985), S.698.

Entrepreneurship verbessern können.<sup>448</sup> Insgesamt kann diese Forschungsrichtung als weitgehend diskreditiert bezeichnet werden.<sup>449</sup>

### 2.4.3. Verhalten von Unternehmern

Zur Erklärung des Phänomens Entrepreneurship gibt es auf der Ebene des Individuums neben den beiden bereits diskutierten Forschungsrichtungen den verhaltensorientierten Forschungsansatz. Dieser betrachtet das Verhalten des Gründers in den verschiedenen Phasen des unternehmerischen Prozesses. Da Aktivitäten im Gegensatz zu Eigenschaften und demographischen Charakteristika real beeinflussbare Konstrukte darstellen, bietet die verhaltensorientierte Forschung den Vorteil, daß auf ihrer Basis vermittelbare Handlungsanweisungen für potentielle Unternehmer entwickelt werden können.<sup>450</sup>

Zum verhaltensorientierten Ansatz gibt es eine Vielzahl an Publikationen, die sich jedoch nach Stevenson und Jarillo (1989) zumeist unter dem Begriff 'How-to-books' subsumieren lassen.<sup>451</sup> Ziel dieses Kapitels ist es dagegen, einen Überblick über die originäre Entrepreneurship-Forschung in diesem Bereich zu geben.

#### 2.4.3.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Im folgenden werden jeweils selektiv die Forschungsergebnisse des verhaltensorientierten Ansatzes zu den Phasen des unternehmerischen Prozesses erörtert.

##### 2.4.3.1.1. Ideenfindung

Für die Phase der Ideenfindung ergibt sich aus Sicht des verhaltensorientierten Ansatzes die Fragestellung, welches Verhalten für die Ideengenerierung und -selektion effektiv ist. Diese Fragestellungen werden in der Entrepreneurship-Forschung innerhalb des Forschungsansatzes der Chancenidentifikation ('opportunity recognition') erörtert.<sup>452</sup>

Zur Erklärung der Ideengenerierung gibt es bislang nur wenige deskriptive Arbeiten. In Lehrbüchern sind oft Listen mit möglichen Quellen für Unternehmensideen zu finden, die aus Befragungen von Unternehmern abgeleitet wurden.<sup>453</sup> So nennt Vesper (1992) beispielsweise persönliche Kontakte, die Suche in Datenbanken und Hobbies als mögliche Quellen.<sup>454</sup> Während in Lehrbüchern der hohe Stellenwert der aktiven Suche nach einer Marktchance hervorgehoben wird, kann dieser in empirischen Studien nicht nachgewiesen werden.<sup>455</sup> Vielmehr ergeben empirische Studien, daß Unternehmer oft durch Zufälle auf Ideen stoßen.<sup>456</sup>

<sup>448</sup> Vgl. Gartner (1988), S.35; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.148.

<sup>449</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.155.

<sup>450</sup> Vgl. Stevenson und Jarillo (1989), S.22.

<sup>451</sup> Vgl. Stevenson und Jarillo (1989), S.21.

<sup>452</sup> Vgl. Long und McMullan (1984), S. 572; Vgl. Hills (1995), S.105.

<sup>453</sup> Vgl. Timmons (1997), S.52ff.; Vgl. Vesper (1980), 135ff.

<sup>454</sup> Vgl. Vesper (1992), S.75.

<sup>455</sup> Vgl. Hills (1995), S.111f.; Vgl. Long und McMullan (1984), S.576.

<sup>456</sup> Vgl. Bhawe (1994), S.228; Vgl. Christensen und Peterson (1990), S.567; Vgl. Teach, Schwartz und Tarpley (1989), S.395.

Zur Ideenselektion existieren ebenfalls eine Vielzahl von Handlungsanweisungen, die auf dem Wissensstand der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre basieren. In einer empirischen Studie von Hills (1995) ergibt sich dagegen, daß die Ideenselektion nicht nur durch rationales Kalkül erfolgt, sondern zu einem großen Teil auf die Intuition des Unternehmers zurückzuführen ist.<sup>457</sup>

#### 2.4.3.1.2. Umsetzung

Empirische Untersuchungen zeigen, daß der Zeitraum zwischen Erstellung des ursprünglichen Konzepts und der Unternehmensgründung im Durchschnitt ein bis zwei Jahre beträgt.<sup>458</sup> Dies bedeutet, daß die Beobachtung des Verhaltens potentieller Gründer in dieser Phase ein wichtiger Bestandteil der verhaltensorientierten Entrepreneurship-Forschung ist. Für die Umsetzungsphase sind daher folgende Fragestellungen von Interesse:<sup>459</sup>

1. Welche Aktivitäten führen potentielle Gründer in der Umsetzungsphase durch?
2. Wie viele Aktivitäten führen die potentiellen Gründer durch?

Auf konzeptioneller Ebene faßt Gartner (1985) die Aktivitäten zusammen, die die Entrepreneurship-Forschung mit der Phase der Umsetzung in Verbindung bringt.<sup>460</sup> Diese umfassen die Akkumulation von Ressourcen, die Vermarktung eines Produkts, die Herstellung eines Produkts, den Aufbau einer Organisation sowie die Interaktion mit der Gesellschaft. Obwohl in der Entrepreneurship-Literatur viele verschiedene Aktivitäten als wichtig für die Umsetzungsphase bezeichnet werden, gibt es bislang erst wenige Versuche, ein aussagekräftiges Aktivitätenset zu entwickeln.<sup>461</sup>

Gatewood, Shaver und Gartner (1995) finden, daß Individuen, die ihren Gründungsversuch abbrechen, im Durchschnitt ebensoviel Zeit in die Verfolgung ihrer Geschäftsidee investierten wie Individuen, die ihr Konzept in eine Unternehmensgründung überführten.<sup>462</sup> Carter, Gartner und Reynolds (1996) kommen dagegen in einer weiteren Längsschnittstudie, in der sie die Kategorien „Realisierer“ (‘started a business’), „Verwerfer“ (‘gave up’) und „Vertager“ (‘still trying’) bilden, zu anderen Resultaten. „Realisierer“ zeichneten sich durch ein höheres Aktivitätsniveau als die beiden anderen Gruppen aus, wobei insbesondere die „Vertager“ nur sehr wenig Zeit in die Realisierung des Unternehmens investierten.<sup>463</sup>

In beiden Studien wird auch die zeitliche Gewichtung einzelner Aktivitäten während der Umsetzungsphase analysiert. Während Gatewood, Shaver und Gartner keine signifikanten Unterschiede zwischen Gründern und Nicht-Gründern feststellen,<sup>464</sup> ist in der Studie von Carter, Gartner und Reynolds die Gruppe der „Realisierer“ besonders

<sup>457</sup> Vgl. Hills (1995), S.114.

<sup>458</sup> Vgl. Gatewood, Shaver und Gartner (1995), S.387; Vgl. Long und McMullan (1984), S.588.

<sup>459</sup> Vgl. Carter, Gartner und Reynolds (1996), S.151.

<sup>460</sup> Vgl. Gartner (1985), S.699f.

<sup>461</sup> Vgl. Carter, Gartner und Reynolds (1996), S.154. Für ein aktuelles Beispiel zur Bildung eines Aktivitätensets Vgl. Reynolds (1996), S.1.

<sup>462</sup> Vgl. Gatewood, Shaver und Gartner (1995), S.386.

<sup>463</sup> Vgl. Carter, Gartner und Reynolds (1996), S.160.

<sup>464</sup> Vgl. Gatewood, Shaver und Gartner (1995), S.380.

aktiv in der Beschaffung tangibler Ressourcen (z.B. Kauf von Maschinen), während die „Vertager“ viel Zeit auf interne Aktivitäten (z.B. Planung) verwenden.<sup>465</sup> Bezüglich der Zeiteinteilung ähneln die „Verwerfer“ - vor Aufgabe ihrer Gründungsidee - der Gruppe der „Realisierer“.<sup>466</sup>

Eine weitere Hypothese lautet, daß das Aktivitätsniveau im Zeitablauf den Erfolg in der Umsetzungsphase (d.h. die letztendliche Gründung) beeinflusst. Hierzu finden Carter, Gartner und Reynolds (1996) einen signifikanten Unterschied zwischen den „Vertagern“ und den beiden anderen Gruppen: Während „Vertager“ erst spät und nur vereinzelt tätig werden, sind „Realisierer“ und „Verwerfer“ sehr früh im Gründungsprozeß mit vielen Aktivitäten beschäftigt.<sup>467</sup> Die Hypothese, daß Gründer bei einer Entscheidung unter Unsicherheit spezifische Denkmuster (‘cognitive heuristics’)<sup>468</sup> verwenden, die es ihnen im Gegensatz zu Aufgebenden ermöglicht, die Barrieren bei der Realisierung der Gründungsidee zu überwinden, kann nicht bestätigt werden.<sup>469</sup>

Als Konsequenz der mangelnden Aussagefähigkeit ihrer Ergebnisse, führen Gatewood, Shaver und Gartner (1995) den Unterschied zwischen Gründern und Nichtgründern auf andere, nicht erfaßte Größen zurück (z.B. die Qualität der Geschäftsidee oder eine höhere fachliche Kompetenz der tatsächlichen Gründer).<sup>470</sup>

Carter, Gartner und Reynolds (1996) leiten aus ihrer Studie ab, daß es die beste Strategie ist, die Unternehmensgründung aggressiv zu betreiben, da die Gründungsidee nur so auf Machbarkeit überprüft werden kann. Sie weisen gleichzeitig darauf hin, daß ihre Untersuchung keine normative Aussage zuläßt, ob die Entscheidungen der einzelnen Individuen zur Realisierung, Vertagung oder Verwerfung der Idee ökonomisch richtig waren.<sup>471</sup>

#### 2.4.3.1.3. Entwicklung

Es gibt eine Fülle an Publikationen, die sich mit dem Verhalten des Unternehmers in der Entwicklungsphase (‘Entrepreneurial Management’) auseinandersetzen. Eine Vielzahl dieser Arbeiten ist jedoch präskriptiv ohne auf eine akzeptierte Theorie aufzubauen. Daher sollen hier nur diejenigen Ansätze skizziert werden, die zu beantworten suchen, welche Aktivitäten sich in der Entwicklungsphase positiv auf den Unternehmenserfolg auswirken.

Die Hypothesen können einerseits anhand des Vergleichs erfolgreicher und erfolgloser Unternehmer überprüft werden. Andererseits kann vermutet werden, daß das bestehende Managementwissen der betriebswirtschaftlichen Literatur auch für Gründungsunternehmen anwendbar ist, solange keine Unterschiede im Verhalten der

<sup>465</sup> Vgl. Carter, Gartner und Reynolds (1996), S.151f.; Vgl. Gatewood, Shaver und Gartner (1995), S.380.

<sup>466</sup> Vgl. Carter, Gartner und Reynolds (1996), S.151.

<sup>467</sup> Vgl. Carter, Gartner und Reynolds (1996), S.161f.

<sup>468</sup> Vgl. Shaver und Scott (1991), S.33.

<sup>469</sup> Vgl. Gatewood, Shaver und Gartner (1995), S.383.

<sup>470</sup> Vgl. Gatewood, Shaver und Gartner (1995), S.386.

<sup>471</sup> Vgl. Carter, Gartner und Reynolds (1996), S.161.

Unternehmensführung zwischen Unternehmern (Gründungsunternehmen) und Managern (Großunternehmen) vorliegen.

Busenitz und Barney (1997) folgen letzterem Ansatz und stellen die Hypothese auf, daß Unterschiede in den Entscheidungsfindungsprozessen zwischen Unternehmern und Managern in Großunternehmen bestehen.<sup>472</sup> Ihre Hypothese ist, daß Unternehmer in Entscheidungsprozessen mehr Heuristiken verwenden als Manager. Heuristiken werden dabei als vereinfachende Entscheidungsstrategien definiert, die Individuen insbesondere in komplexen Situationen unter Unsicherheit verwenden.<sup>473</sup> Heuristiken können in diesen Situationen effektive und effiziente Mittel zur Entscheidungsfindung sein, da eine detaillierte Entscheidungsfindung sehr langwierig und nicht zwingenderweise genauer ist.<sup>474</sup> Im Durchschnitt sehen sich Unternehmer sowohl größerer Unsicherheit<sup>475</sup> als auch größerer Komplexität der Umweltbedingungen<sup>476</sup> gegenüber.

Auf Basis dieser Grundlagen benutzen Busenitz und Barney (1997) die Heuristiken „Überschätzung“ und „Verallgemeinerung“ als Meßkonstrukte:

1. Überschätzung ('overconfidence') besteht, wenn Entscheider in der Bewertung einer Situation ein Übermaß an Optimismus zeigt.<sup>477</sup> Diese Heuristik ermöglicht es dem Unternehmer, eine Marktchance zu verfolgen, bevor alle notwendigen Informationen vorliegen.<sup>478</sup> Zudem erlaubt diese optimistische Einstellung eine höhere Überzeugungskraft gegenüber anderen Anspruchsgruppen.<sup>479</sup>
2. Verallgemeinerung ('representativeness') als angewandte Heuristik manifestiert sich beispielsweise darin, daß ein Entscheider aufgrund weniger Beobachtungen oder Attribute verallgemeinernde Schlußfolgerungen zieht.<sup>480</sup> Katz (1992) folgert, daß diese Heuristik insbesondere in einem unternehmerischen Umfeld angewendet wird, da Entscheidungen hier häufig auf Basis weniger Informationen getroffen werden müssen.<sup>481</sup>

Die empirischen Ergebnisse der Studie von Busenitz und Barney sind für beide gewählten heuristischen Parameter signifikant. Damit liefern sie einen empirischen Beweis, daß das Entscheidungsverhalten von Unternehmern und Managern verschieden ist. Dieses Resultat deckt sich mit dem Ergebnis anderer Studien, daß Unternehmer ambivalente Geschäftssituationen im Durchschnitt positiver einschätzen als Manager.<sup>482</sup> Diese Ergebnisse liefern gleichzeitig eine Erklärung dafür, daß Brockhaus (1980) und andere Forscher keinen Unterschied zwischen Unternehmern

<sup>472</sup> Vgl. Busenitz und Barney (1997), S.9.

<sup>473</sup> Vgl. Busenitz und Barney (1997), S.12.

<sup>474</sup> Vgl. Tversky und Kahnemann (1974), S.1124f.

<sup>475</sup> Vgl. Busenitz und Barney (1997), S.14; Vgl. Covin und Slevin (1989), S.76.

<sup>476</sup> Vgl. Covin und Slevin (1991), S.12; Vgl. Gartner, Bird und Starr (1992), S.79f.

<sup>477</sup> Vgl. Fischhoff, Slovic und Lichtenstein (1977), S.552.

<sup>478</sup> Vgl. Stevenson und Gumpert (1985), S.15.

<sup>479</sup> Vgl. Busenitz und Barney (1997), S.15.

<sup>480</sup> Vgl. Tversky und Kahnemann (1971), S.105.

<sup>481</sup> Vgl. Katz (1992), S.35.

<sup>482</sup> Vgl. Cooper, Woo und Dunkelberg (1988), 97f.; Vgl. Palich und Bagby (1995), S.428.

und Managern bezüglich ihrer Risikoeinstellung gefunden haben<sup>483</sup>: Unternehmer haben nicht die Eigenschaft, risikofreudiger zu sein, ihr Verhalten spiegelt durch die Verwendung von Heuristiken lediglich höhere Risikofreudigkeit wider.<sup>484</sup>

Busenitz und Barney folgern, daß die Verwendung von Heuristiken in der frühen Entwicklungsphase eines Unternehmens einen großen Vorteil darstellt, da hier schnelle und komplexe Entscheidungen unter Unsicherheit notwendig sind. Gleichzeitig schließen sie, daß die Anwendung von Heuristiken in einem sehr stabilen Umfeld, d.h. späteren Phasen der Unternehmensentwicklung, zu substantiellen Fehlentscheidungen führen kann.<sup>485</sup>

### 2.4.3.2. Kritische Würdigung

Für die Phase der Ideenfindung bietet die Forschungsrichtung der Chancenidentifikation Potential für zukünftige Forschung. Es mangelt zwar bislang an soliden empirischen Ergebnissen, dies kann jedoch auf die Neuheit des Forschungsansatzes zurückgeführt werden. Auch die Entrepreneurship-Lehre ist auf Theorieentwicklung in diesem Bereich angewiesen, da dadurch beispielsweise die Sinnhaftigkeit von Kreativitätstechnik- und Business-Plan-Kursen für die tatsächliche Unternehmensgründung empirisch überprüft werden kann. Um zu validen Ergebnissen zu gelangen ist es notwendig, in zukünftigen Erhebungsdesigns Individuen zu befragen, die sich noch vor bzw. im Ideenfindungsprozeß befinden. Es bleibt anzumerken, daß es auch kritische Stimmen gibt, die die Chancenidentifikation für nicht beobachtbar halten.<sup>486</sup>

Verhaltensorientierte Forschungsansätze in der Phase der Gründung stehen aufgrund des zwingenderweise longitudinalen Untersuchungsdesigns erst am Anfang ihrer Entwicklung.<sup>487</sup> Nichtsdestotrotz sind die ersten empirischen Ergebnisse vielversprechend und sollten zu weiterer Forschung anregen.<sup>488</sup>

In der Phase der Entwicklung hat die Anwendung allgemeiner verhaltenswissenschaftlicher Theorien (z.B. Heuristiken) zu einem ersten Ansatz geführt, der über das vielfach anzutreffende 'How-to'-Niveau von Publikationen zu diesem Thema hinausgeht. Auch für die Lehre in Entrepreneurship sind die empirischen Ergebnisse von großer Bedeutung, da Heuristiken als Komponente individuellen Verhaltens beeinflussbar und damit vermittelbar sind.<sup>489</sup>

Insgesamt kann geschlußfolgert werden, daß verhaltenswissenschaftliche Entrepreneurship-Forschung weit mehr Potential für zukünftige Forschung auf der Ebene des Individuums bietet als demographische Forschung oder eigenschaftsorientierte Forschungsansätze. Darüber hinaus birgt verhaltensorientierte Entrepreneurship-Forschung auch Potential für die Praxis, da Verhaltensweisen von Individuen (im Gegensatz zu Eigenschaften) durch Lehrveranstaltungen verändert werden können.

<sup>483</sup> Vgl. Brockhaus (1980), S.519.; Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.30.

<sup>484</sup> Vgl. Busenitz und Barney (1997), S.24; Vgl. Palich und Bagby (1995), S.427.

<sup>485</sup> Vgl. Busenitz und Barney (1997), S.26.

<sup>486</sup> Vgl. Kirzner (1979) und Christensen (1989) in: Gaglio und Taub (1992), S.138.

<sup>487</sup> Vgl. Gatewood, Shaver und Gartner (1995), S.372.

<sup>488</sup> Ein Beispiel ist die Untersuchung von Reynolds (1997a), S.1.

<sup>489</sup> Vgl. Palich und Bagby (1995), S.434.



## 2.5. Ebenenübergreifende Ansätze der Entrepreneurship-Forschung

Im folgenden Kapitel werden Modelle der Entrepreneurship-Forschung vorgestellt, die mindestens zwei der drei Aggregationsebenen Umwelt, Unternehmen und Individuum umfassen. Diese Modelle werden wie in den vorangegangenen Kapiteln den einzelnen Phasen des unternehmerischen Prozesses zugeordnet.

Low und MacMillan (1988) stellen fest, daß sich ein Großteil der Entrepreneurship-Forschung bis zu diesem Zeitpunkt mit Fragestellungen beschäftigt hat, die lediglich eine der Aggregationsebenen betreffen.<sup>490</sup> Insbesondere die wenig aussagefähigen Forschungsergebnisse auf der Ebene des Individuums waren der Anlaß zur Forderung nach ebenenübergreifenden Modellen (mit zunächst konzeptionellem Charakter)<sup>491</sup> und nach mehrere Ebenen umfassenden empirischen Studien.<sup>492</sup> Die Modelle sollten dann im Zeitablauf getestet bzw. verbessert werden, mit dem Fernziel, die Entstehung von Unternehmen und den Unternehmenserfolg erklären zu können.<sup>493</sup>

Obwohl die Forderung nach ebenenübergreifenden Modellen seit Mitte der 80er Jahre besteht, hat sich in der Literatur bislang noch kein Modell als Standard durchgesetzt. Anhand des Gründungsprozesses wird daher im folgenden selektiv auf wichtige ebenenübergreifende Modelle eingegangen.<sup>494</sup>

### 2.5.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse

Da analog zu den vorherigen Kapiteln die Forschungsergebnisse auch in diesem Kapitel entlang des Gründungsprozesses dargestellt werden, müssen zunächst „ebenenübergreifende“ von „prozeßorientierten“ Modellen abgegrenzt werden:

1. Ebenenübergreifende Modelle verwenden Variablen aus mindestens zwei der drei Ebenen Umwelt, Unternehmen und Individuum zur Beantwortung von Fragestellungen des Entrepreneurship.
2. Prozeßorientierte Modelle streben die Erklärung (von Teilen) des Gründungsprozesses an.

Folglich ist ein Modell dann ebenenübergreifend und prozeßorientiert, wenn neben den verschiedenen Aggregationsebenen auch noch Teile des Gründungsprozesses betrachtet werden.

Zu den einzelnen Phasen Ideenfindung und Umsetzung existieren bislang keine ebenenübergreifenden Modelle. Es gibt jedoch ein ebenenübergreifendes Modell, das beide Phasen gleichzeitig umfaßt. Dieses wird aus Gründen der Anschaulichkeit nicht künstlich in die beiden Prozeßphasen aufgespalten, sondern als Ganzes in Kapitel

<sup>490</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.151.

<sup>491</sup> Vgl. Carsrud, Olm und Eddy (1986), S.375; Vgl. Gartner (1985), S.698; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.157; Vgl. Ronstadt (1981), S.591; Vgl. Sandberg und Hofer (1987), S.5.

<sup>492</sup> Vgl. Wortman (1987), S.263ff; Vgl. Keats und Bracker (1988), S.41.

<sup>493</sup> Vgl. Bygrave (1995), S.8.

<sup>494</sup> „Wichtigkeit“ wurde hierbei von den Autoren durch die objektive Komponente „Häufigkeit der Verwendung in der Literatur“ sowie durch die subjektive Komponente „zukünftiges Forschungspotential“ operationalisiert. Letzteres Kriterium basiert wiederum auf in der Literatur vertretenen Ansichten.

D.2.5.1.1 betrachtet. Im Anschluß daran werden in Kapitel D.2.5.1.2 ebenenübergreifende Modelle diskutiert, die sich auf die Entwicklungsphase beziehen.

### 2.5.1.1. Ideenfindung und Umsetzung

In der Entrepreneurship-Literatur ist - nach Informationen der Verfasser - das „Modell der Organisationsentstehung“ von Learned (1992) das einzige ebenenübergreifende Modell, das an der Ideenfindungs- und Umsetzungsphase ansetzt (Abbildung 17).<sup>495</sup>

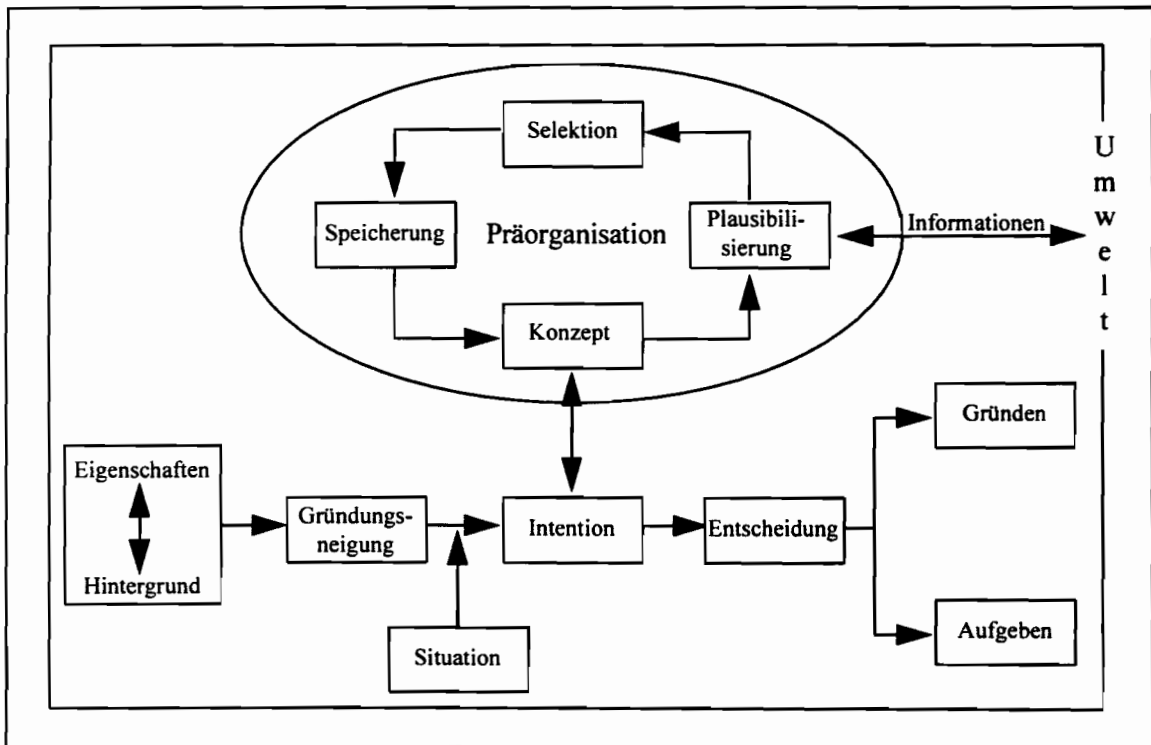


Abbildung 17: Das „Modell der Organisationsentstehung“ von Learned (1992)<sup>496</sup>

Das Modell beinhaltet folgende Aussagen, wobei insbesondere der Zusammenhang zwischen Individuum und Umwelt hervorgehoben werden soll:

1. Die Gründungsneigung wird durch demographische Charakteristika und Eigenschaften, sowie deren Interaktionen beeinflusst. Die Umwelt kann diese Phase durch bestehende soziale Normen beeinflussen.<sup>497</sup>
2. Die Gründungsintention (definiert als Entscheidung, ein Unternehmen gründen zu wollen) basiert auf der Interaktion zwischen der Gründungsneigung und der Situation. Beispielsweise kann die Situation (z.B. Erbschaft, Arbeitslosigkeit, etc.) der Auslöser für die Entscheidung sein, ein Unternehmen zu gründen. Die Intention wird auch durch die Umwelt (z.B. die Verfügbarkeit von Risikokapital) beeinflusst.<sup>498</sup>

<sup>495</sup> Vgl. Learned (1992), S.40.

<sup>496</sup> Vgl. Learned (1992), S.40.

<sup>497</sup> Vgl. Learned (1992), S.42ff.

<sup>498</sup> Vgl. Learned (1992), S.42ff.

3. Im Stadium der Präorganisation<sup>499</sup> ist die Interaktion zwischen dem Individuum und der Umwelt Fokus der Betrachtung. Informationen müssen kontinuierlich aus der Umwelt beschafft, interpretiert und verarbeitet werden. Zusätzlich müssen Ressourcen organisiert und Kontakte geknüpft werden. Auch die Umwelt (z.B. die Verfügbarkeit von Risikokapital) hat dabei Einfluß auf die Präorganisation.<sup>500</sup>
4. Die Entscheidung, tatsächlich am Markt aktiv zu werden, hängt davon ab, wie das Individuum die Erfolgsaussichten im Verlauf der Umsetzungsphase, basierend auf den zusätzlich erhaltenen Informationen, einschätzt.<sup>501</sup>

Das Modell von Learned weist zwei Stärken auf: Zum einen werden gleichzeitig die zwei Aggregationsebenen Individuum und Umwelt betrachtet und zum anderen ist es ein prozeßorientiertes Modell, da es die beiden Phasen Ideenfindung und Umsetzung umfaßt. Zudem werden Prozesse und Kausalitäten innerhalb dieser Phasen aufgezeigt. Das Modell hat jedoch den Nachteil, daß es auf konzeptioneller Ebene verbleibt und zu einzelnen Prozeßschritten nur Beispiele liefert.<sup>502</sup> Diese Einschätzung wird dadurch bestätigt, daß das Modell bis heute weder operationalisiert noch empirisch überprüft wurde.

### 2.5.1.2. Entwicklung

Im folgenden werden drei verschiedene Modelle erörtert, die zum Ziel haben, den Unternehmenserfolg von Gründungsunternehmen auf seine Bestimmungsgründe zu untersuchen. Zuerst wird das Modell von Sandberg (1986) diskutiert. Im Anschluß daran wird das Modell von Herron und Robinson (1993) vorgestellt, das eine Erweiterung des Sandberg-Modells darstellt. Das Modell von Baum (1995) wird als drittes Modell erörtert.

#### 2.5.1.2.1. Das Modell von Sandberg (1986)

Die Auswirkung der Strategie auf den Unternehmenserfolg wird oft im Zusammenhang mit anderen Variablen geprüft, da die Strategie eines Unternehmens nur einen von vielen Erfolgsfaktoren darstellt.<sup>503</sup> Als weitere Komponente wird meist die Industriestruktur (speziell die Phase des Industriebenszyklus) in die Analyse mit einbezogen.<sup>504</sup> Diese aus der Strategieliteratur übernommene Methodik wendete Sandberg (1986) als erster explizit auf Gründungsunternehmen an.<sup>505</sup> Er untersucht den Einfluß der Industriestruktur auf den Unternehmenserfolg in Abhängigkeit von der gewählten Eintrittsstrategie. Dabei erweist sich eine auf ein breites Marktsegment ausgerichtete Differenzierungsstrategie in frühen Phasen des Industriebenszyklus als erfolgreich, während in späten Phasen Nischenstrategien erfolgversprechend sind.<sup>506</sup>

<sup>499</sup> Nach der dieser Arbeit zugrundeliegenden Phaseneinteilung findet hier der Übergang von der Ideenfindungsphase zur Gründungsphase statt.

<sup>500</sup> Vgl. Learned (1992), S.43f.

<sup>501</sup> Learned (1992), S.44, definiert das Entscheidungskriterium wie folgt: „The decision to found or to abandon the attempt to found is triggered by the accumulation of confirming and disconfirming evidence as perceived by the founder“.

<sup>502</sup> Vgl. Learned (1992), S.39.

<sup>503</sup> Vgl. Sandberg und Hofer (1987), S.5.

<sup>504</sup> Vgl. Cooper (1979), S.321; Vgl. Sandberg (1986), S.56. Andere Autoren schlagen Marktattraktivität als Umweltparameter vor. Vgl. Chandler und Hanks (1994), S.331.

<sup>505</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.133.

<sup>506</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.133; Vgl. Sandberg und Hofer (1987), S.6.

Als weiteren Einflußfaktor auf den Unternehmenserfolg bezieht Sandberg neben der Strategie und der Industriestruktur den Unternehmer (charakterisiert durch seine Eigenschaften und seinen demographischen Hintergrund) in die Analyse mit ein. Das Modell ist in Abbildung 18 veranschaulicht.<sup>507</sup>

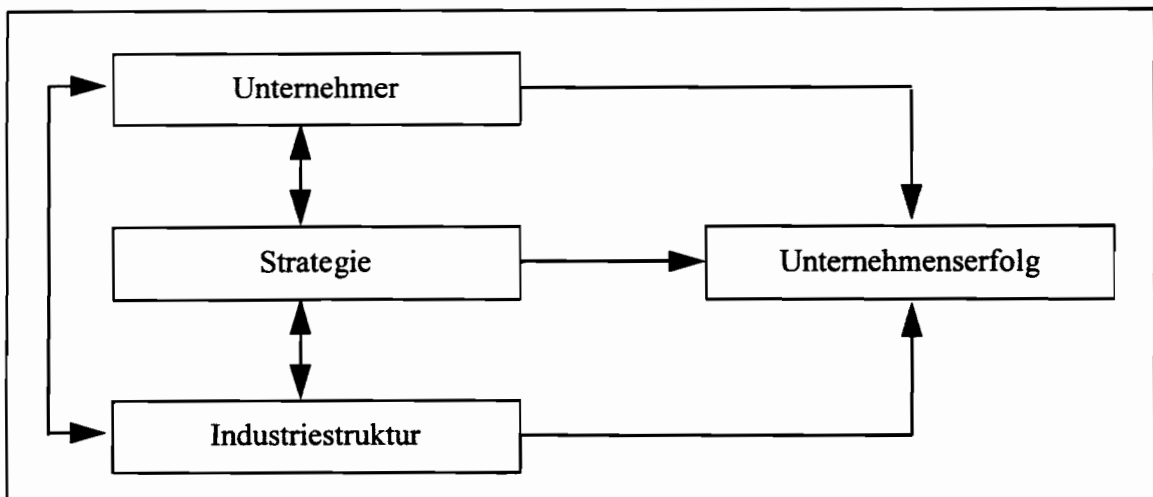


Abbildung 18: Das Modell von Sandberg (1986)<sup>508</sup>

Neben den einzelnen Faktoren wird auch die mögliche Interaktion der drei Faktoren betrachtet.<sup>509</sup> Beispielsweise können die Fähigkeiten des Unternehmers (kognitive Fähigkeiten, Ausbildung, etc.) entscheidend dafür sein, ob eine den Umweltbedingungen angemessene Strategie formuliert und implementiert wird.<sup>510</sup> Sandberg kann den vermuteten Einfluß des Unternehmers auf den Unternehmenserfolg allerdings empirisch nicht bestätigen. Der Faktor „Unternehmer“ hat im Gegensatz zu den zwei anderen Faktoren keinen signifikanten Einfluß auf den Unternehmenserfolg.<sup>511</sup>

Das Modell von Sandberg stellt einen ersten Schritt zur theoretisch fundierten Überprüfung der Bestimmungsgründe für den Erfolg von Gründungsunternehmen dar. Es zeichnet sich dadurch aus, daß Variablen aller drei Aggregationsebenen einbezogen werden. Allerdings ist kritisch anzumerken, daß die Wahl der erklärenden Variablen, insbesondere die Modellierung des Unternehmers über Eigenschaften, keine sinnvolle Operationalisierung darstellt. Zudem räumt Sandberg ein, daß neben der Strategie, der Industriestruktur und dem Unternehmer auch weitere makroökonomische Variablen (z.B. Konjunktur und Branchenzyklizität) einbezogen werden müßten, um zu einem noch umfassenderen Modell des Unternehmenserfolgs zu gelangen.<sup>512</sup>

#### 2.5.1.2.2. Das Modell von Herron und Robinson (1993)

Herron und Robinson (1993) entwickeln das Modell von Sandberg (1986) hinsichtlich der Modellierung des Unternehmers weiter (Abbildung 19).

<sup>507</sup> Vgl. Sandberg und Hofer (1986), S.249.

<sup>508</sup> Vgl. Sandberg und Hofer (1986), S.245.

<sup>509</sup> Vgl. Sandberg und Hofer (1986), S.245.

<sup>510</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.137.

<sup>511</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.134; Vgl. Sandberg und Hofer (1987), S.6.

<sup>512</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.135; Vgl. Sandberg und Hofer (1987), S.26.

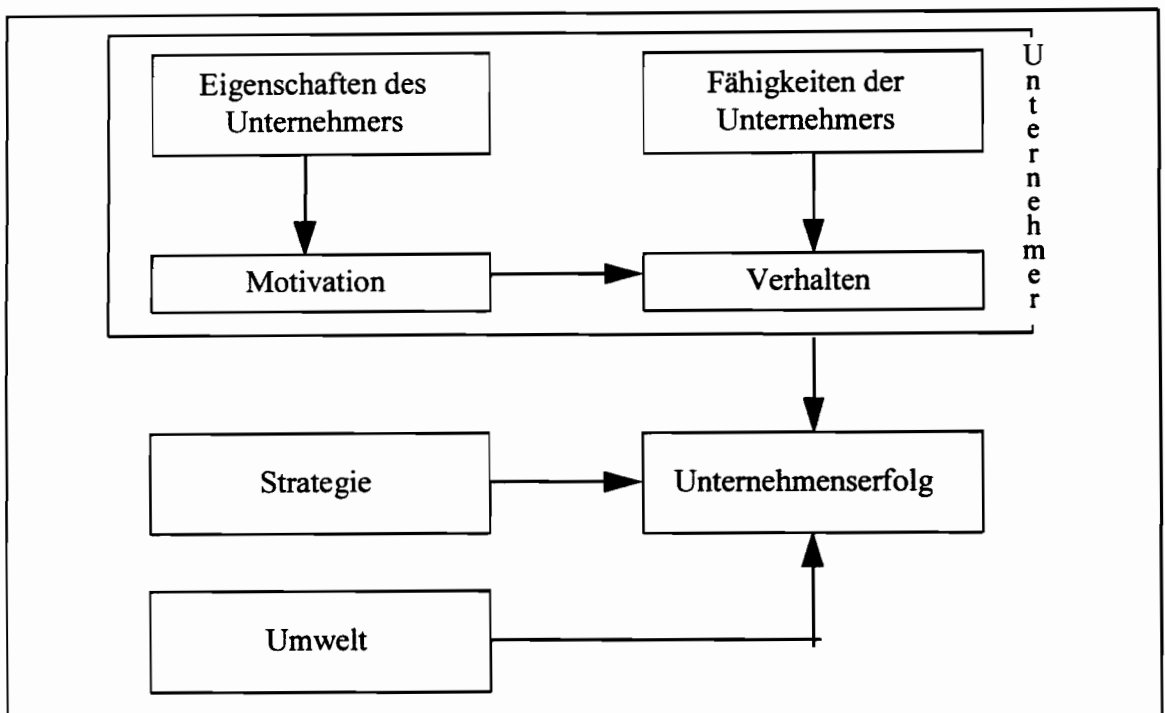


Abbildung 19: Das Modell von Herron und Robinson (1993)<sup>513</sup>

Herron und Robinson sehen den Unternehmer - entgegen der Sichtweise im Modell von Sandberg<sup>514</sup> - als entscheidenden Faktor für den Unternehmenserfolg an.<sup>515</sup> Dies wird durch die differenziertere Form der Modellierung des Unternehmers gerechtfertigt. Dabei steht, anders als im Sandberg-Modell, das Verhalten des Unternehmers, das durch seine Eigenschaften, Motivation und Fähigkeiten bedingt wird, im Vordergrund. Den Faktoren Strategie und Umwelt wird dabei von Herron und Robinson lediglich der Stellenwert von Kontextfaktoren beigemessen.<sup>516</sup>

Eine Erweiterung des Modells von Herron und Robinson wird von Lumpkin und Dess (1996) vorgenommen.<sup>517</sup> Im Gegensatz zum Modell von Herron und Robinson, steht bei Lumpkin und Dess statt der Person des Unternehmers die „unternehmerische Orientierung“ im Vordergrund.<sup>518</sup> Diese wird durch Autonomie, Innovationskraft, Risikobereitschaft und Aggressivität im Wettbewerbsverhalten determiniert.<sup>519</sup> Durch diese Art der Definition lösen Lumpkin und Dess die Trennlinie zum Intrapreneurship auf.<sup>520</sup> Die beiden Aggregationsebenen Umwelt und Organisation werden von Lumpkin und Dess als Kontingenzfaktoren bezeichnet, die einen starken Einfluß auf den Unternehmenserfolg ausüben. Die „unternehmerische Orientierung“ muß daher

<sup>513</sup> Vgl. Herron und Robinson (1993), S.287.

<sup>514</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.134.

<sup>515</sup> Vgl. Herron und Robinson (1993), S.281ff.

<sup>516</sup> Vgl. Herron und Robinson (1993), S.282.

<sup>517</sup> Vgl. Lumpkin und Dess (1996), S.135ff.

<sup>518</sup> Vgl. Lumpkin und Dess (1996), S.136.

<sup>519</sup> Auf eine ausführliche Diskussion der einzelnen Elemente wird hier verzichtet. Vgl. hierzu Lumpkin und Dess (1996), S.140-151.

<sup>520</sup> Vgl. Lumpkin und Dess (1996), S.136.

sowohl auf die Organisation als auch auf die Umwelt ausgerichtet sein, um die Zielgröße Unternehmenserfolg zu erreichen.<sup>521</sup>

Bislang handelt es sich bei den Vorschlägen von Herron und Robinson (1993) sowie Lumpkin und Dess (1996) lediglich um konzeptionelle Modelle. Während Lumpkin und Dess verschiedene Operationalisierungskriterien vorschlagen, verbleibt das Modell von Herron und Robinson auf der konzeptionellen Ebene. Eine empirische Überprüfung der beiden Gesamtmodelle und der Beziehungen zwischen den einzelnen im Modell enthaltenen Determinanten steht noch aus.<sup>522</sup>

### 2.5.1.2.3. Das Modell von Baum (1995)

In den bisher vorgestellten Modellen wurde jeweils nur eine geringe Anzahl an Faktoren als erklärende Variablen für den Unternehmenserfolg verwendet. Baum (1995) stellt daher, aufbauend auf den in der Literatur gängigen Ansätzen zur Modellierung des Unternehmenserfolgs, ein Kausalmodell auf, das in Abbildung 20 dargestellt ist.<sup>523</sup> Ziel dieses Kausalmodells ist es, die Signifikanz der direkten Einflußfaktoren des Unternehmenserfolgs zu testen (P1 bis P6) sowie die relevanten Mediatoren (d.h. indirekten Einflußwege) herauszufinden.<sup>524</sup>

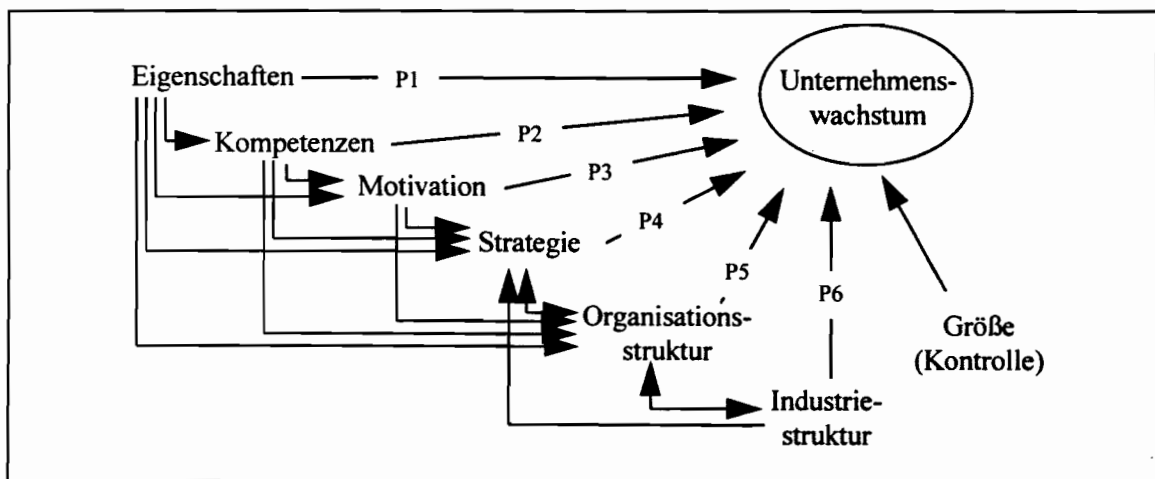


Abbildung 20: Das „Entrepreneurship Performance Test Model“ von Baum (1995)<sup>525</sup>

Baums empirische Überprüfung des „Entrepreneurship Performance Test Model“ liefert nur für die Variablen Kompetenzen, Motivation, Strategie und Organisationsstruktur signifikante direkte Verbindungen zum Unternehmenserfolg (P2 bis P5). Diese direkten Einflußfaktoren werden in Baums empirisch getestetem Modell wiederum durch die Variable Eigenschaften auf indirektem Wege beeinflusst, so daß festgestellt werden kann, daß die Eigenschaften einen starken indirekten Effekt auf den Unternehmenserfolg haben.<sup>526</sup>

<sup>521</sup> Vgl. Chandler und Hanks (1994), S.331ff.; Vgl. Dess, Lumpkin und Covin (1997), S.2ff.; Vgl. Naman und Slevin (1993), S.142ff.

<sup>522</sup> Vgl. Herron und Robinson (1993), S.292.; Vgl. Lumpkin und Dess (1996), S.165.

<sup>523</sup> Vgl. Baum (1995), S.547.

<sup>524</sup> Vgl. Baum (1995), S.547.

<sup>525</sup> Vgl. Baum (1995), S.549.

<sup>526</sup> Vgl. Baum (1995), S.557f.

Baums empirische Ergebnisse lassen folgende Schlüsse zu:

1. Der Unternehmenserfolg ist von einer Vielzahl an Variablen abhängig. Ein Kausalmodell, das viele dieser Einflußfaktoren und deren Interaktionen abbilden kann, ist daher besser geeignet, den Erfolg von Gründungsunternehmen zu erklären, als ein auf wenige Parameter reduziertes Untersuchungsdesign.<sup>527</sup>
2. Modelle, die nur die direkten Einflußfaktoren auf den Unternehmenserfolg betrachten, sind unzureichend, da signifikante Beziehungen zwischen direkten und indirekten Einflußfaktoren vernachlässigt werden.<sup>528</sup>
3. Die Verfügbarkeit computergestützter komplexer statistischer Methoden eröffnet für die Zukunft die Möglichkeit, neben dem Baum-Ansatz weitere realitätsnahe Modelle zur Erklärung des Erfolgs von Gründungsunternehmen zu entwickeln und empirisch zu überprüfen.

### **2.5.2. Kritische Würdigung**

Ebenenübergreifenden Modellen zu den Phasen der Ideenfindung und der Umsetzung wird in der Literatur bislang noch wenig Aufmerksamkeit gewidmet. Dies ist insbesondere dadurch bedingt, daß die zur empirischen Überprüfung benötigte Generierung von Daten in diesen Phasen des unternehmerischen Prozesses schwierig ist.

Dagegen existieren für die Entwicklungsphase des unternehmerischen Prozesses bereits einige konzeptionell überzeugende ebenenübergreifende Modelle, deren empirische Überprüfung jedoch zum Großteil noch aussteht. Bereits in der Empirie verwendete Modelle (wie z.B. das Modell von Baum) müssen zudem anhand weiterer Untersuchungen auf ihren Aussagegehalt überprüft werden, bevor Schlüsse für eine allgemeine Theorie gezogen werden können.

Insgesamt stellt die Erweiterung der Betrachtung auf ebenenübergreifende Modelle in der Entrepreneurship-Forschung einen notwendigen Schritt auf dem Weg zu einer umfassenden Entrepreneurship-Theorie dar. Daher ist es zu begrüßen, daß diese Methodik in zunehmendem Maße Eingang in die Entrepreneurship-Forschung findet.<sup>529</sup>

## **2.6. Prozeßorientierte und ebenenübergreifende Modelle**

Zum Abschluß der Darstellung der Inhalte der Entrepreneurship-Forschung werden nun noch Modelle beschrieben, die neben der Integration der drei Aggregationsebenen, auch den gesamten unternehmerischen Prozeß abbilden.

### **2.6.1. Forschungsansatz und Forschungsergebnisse**

Bygrave (1989) kombiniert in seinem Modell den ebenenübergreifenden mit dem prozeßorientierten Ansatz. Dabei rückt der unternehmerische Prozeß in das Zentrum der Betrachtung. Für jede Phase werden verschiedene Elemente benannt, die diesen

<sup>527</sup> Vgl. Baum (1995), S.558.

<sup>528</sup> Vgl. Baum (1995), S.558.

<sup>529</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.156f.

beeinflussen (Abbildung 21).<sup>530</sup> Dabei unterteilt Bygrave den unternehmerischen Prozeß - im Gegensatz zur Unterteilung des dieser Arbeit zugrunde gelegten Bezugsrahmens - in vier Phasen.

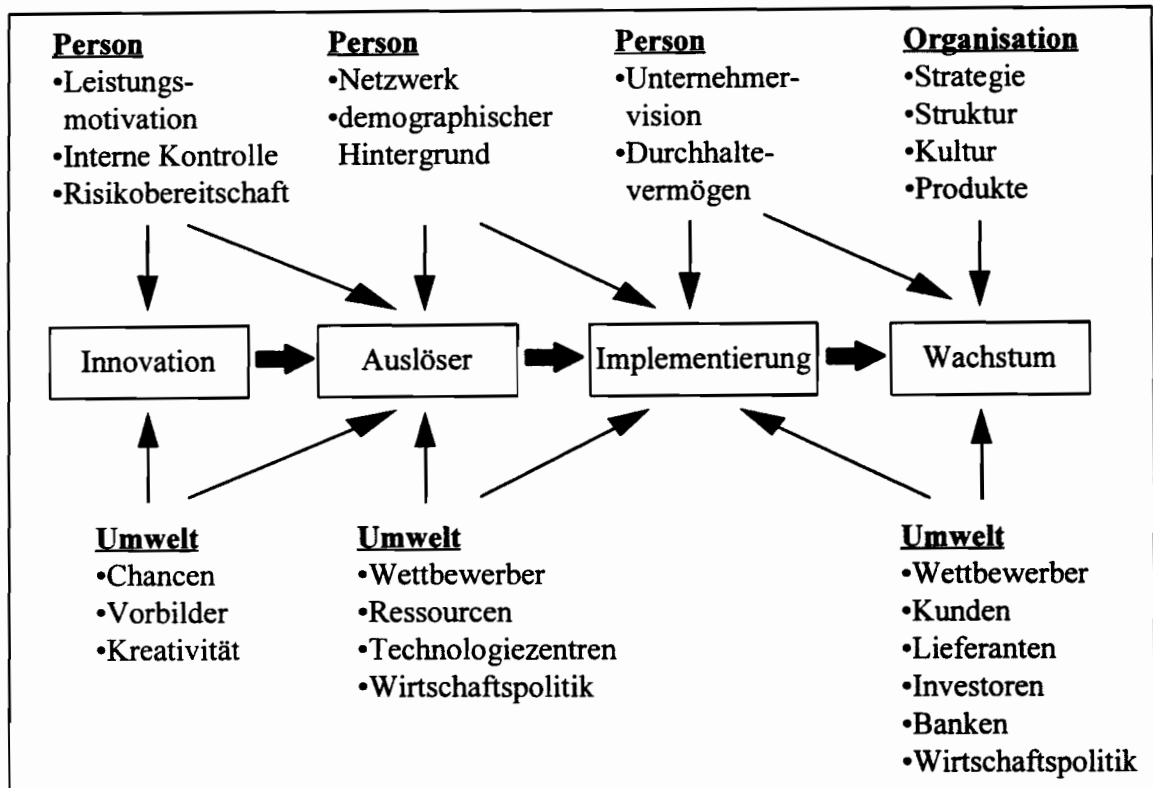


Abbildung 21: Das Modell des unternehmerischen Prozesses nach Bygrave (1989)<sup>531</sup>

Das Modell von Bygrave liefert einen guten Überblick über die verschiedenen Ansatzpunkte für Entrepreneurship-Forschung, kann in dieser konzeptionellen Version jedoch weder zur Vorhersage des Unternehmenserfolgs, noch zur Erklärung der einzelnen Phasen des Gründungsprozesses herangezogen werden. Zudem liefert Bygrave keine Erklärung für die Wahl der Phasen oder deren konstitutive Merkmale. Aufgrund der fehlenden Operationalisierbarkeit des Modells ist die empirische Überprüfung somit von vornherein ausgeschlossen. Bygrave positioniert sein Modell daher auch eher als Bezugsrahmen ('framework'), der das Forschungsgebiet Entrepreneurship in seiner ganzen Breite wiedergeben soll.<sup>532</sup>

Carsrud, Olm und Eddy (1986)<sup>533</sup> sowie Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995)<sup>534</sup> stellen Konzepte auf, die dem Bygrave-Modell ähnlich sind, aber ebenfalls auf einem konzeptionellen Niveau verbleiben. Auch hier ist eine empirische Überprüfung nicht möglich.

<sup>530</sup> Vgl. Bygrave (1989), S.8; Vgl. Bygrave (1997), S.3.

<sup>531</sup> Vgl. Bygrave (1989), S.9; Vgl. Bygrave (1997), S.3.

<sup>532</sup> Vgl. Bygrave (1989), S.9.

<sup>533</sup> Vgl. Carsrud, Olm und Eddy (1986), S.375.

<sup>534</sup> Vgl. Bloodgood, Sapienza und Carsrud (1995), S.136.



### **2.6.2. Kritische Würdigung**

Die bislang in der Literatur vorhandenen Konzepte, die den gesamten Gründungsprozeß umfassen und gleichzeitig ebenenübergreifend sind, weisen konzeptionelle Schwächen auf und sind noch nicht operationalisierbar. Sie sind lediglich als Denkraum geeignet.

### **3. Bewertung der Inhalte der Entrepreneurship-Forschung**

Wie in Kapitel D.2 gezeigt wurde, gibt es innerhalb des Forschungsgebiets Entrepreneurship eine Vielzahl verschiedener Forschungsansätze. Die wesentlichen Forschungsansätze und Forschungsergebnisse wurden daher anhand eines Bezugsrahmens mit den Dimensionen „Aggregationsebene“ und „unternehmerischer Prozeß“ diskutiert und bewertet.

Dieses Kapitel geht über die kritische Würdigung der einzelnen Forschungsansätze hinaus. Ziel ist es, die Entrepreneurship-Theorie in ihrer Gesamtheit zu bewerten. Zu diesem Zweck wird in Kapitel D.3.1 der zur Darstellung der Forschungsinhalte verwendete Bezugsrahmen wieder aufgegriffen, um den heutigen Stand der Forschung und das Potential einzelner Forschungsansätze zur Weiterentwicklung des Forschungsgebiets Entrepreneurship zu bewerten.

Im Anschluß daran werden in Kapitel D.3.2 die auf das gesamte Forschungsgebiet zutreffenden Kernprobleme erläutert. Diese sind die fehlende Abgrenzung des Forschungsgebiets, die problematische Datenlage sowie methodische Probleme.

#### **3.1. Bedeutung der verschiedenen Forschungsrichtungen**

Die Bedeutung verschiedener Forschungsrichtungen in Entrepreneurship wird im folgenden anhand des bisher erzielten Umfangs der Forschung sowie des Potentials für zukünftige Forschungsergebnisse beurteilt. Der bisher erzielte Umfang einer Forschungsrichtung läßt sich an der Anzahl veröffentlichter Publikationen festmachen. Zur Bestimmung des Potentials einer Forschungsrichtung wird die Bewertung der einzelnen Forschungsansätze aus den vorhergehenden Kapiteln herangezogen.

##### **3.1.1. Bewertung der ebenenspezifischen Forschungsansätze**

Abbildungenthält zwei Indikatoren für die einzelnen Forschungsansätze. Der Grad der Schattierung gibt an, in welcher Intensität die einzelnen Forschungsansätze bereits durch die Entrepreneurship-Forschung bearbeitet worden sind. Die Vorzeichen beinhalten eine Bewertung des zukünftigen Forschungspotentials.

Auf der Umweltebene ist festzustellen, daß zu allen Prozeßschritten bereits einige Publikationen vorliegen. Allerdings weist die Forschungsrichtung für sich allein betrachtet wenig Potential auf. Die als Entrepreneurship-Forschung bezeichneten Untersuchungen auf der Umweltebene haben zum Teil andere Erkenntnisobjekte als den einzelnen Unternehmer. So ist beispielsweise in der Forschung zur öffentlichen Gründungsförderung das Erkenntnisobjekt in vielen Fällen das Gründungszentrum und nicht das Gründungsunternehmen. Das Ziel der Forschung auf Umweltebene liegt häufig nicht in der Erarbeitung einer allgemeinen Entrepreneurship-Theorie, sondern in der Ableitung wirtschaftspolitischer Vorschläge. Dafür ist die Forschung von großer Bedeutung, nicht jedoch für das im Kern dieser Arbeit stehende prozeßorientierte Verständnis des Entrepreneurship, das die Sicht von Gründungsunternehmen betont. In dieser Hinsicht hat die Forschung auf der Umweltebene auch für die Zukunft nur geringes Potential.

Aggregationsniveau	Phasen des unternehmerischen Prozesses		
	Ideenfindung	Umsetzung	Entwicklung
<b>Umweltebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturelle Rahmenbedingungen</li> <li>• Gesetzliche und steuerliche Rahmenbedingungen</li> <li>• Wissenschafts- und Ausbildungsinfrastruktur</li> <li>• öffentliche Gründungsförderung</li> <li>• Kapitalmarktstruktur</li> <li>• Industriestruktur</li> </ul>	o	o	o
<b>Unternehmensebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie</li> <li>• Finanzen</li> <li>• Marketing</li> <li>• Organisation und Führung</li> </ul>	o	+	+
<b>Individuelle Ebene</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demographische Charakteristika</li> <li>• Eigenschaften</li> </ul>	o	o	o
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verhalten</li> </ul>	+	+	+
<b>Legende:</b>	<input type="checkbox"/> viele Publikationen <input type="checkbox"/> einige Publikationen <input type="checkbox"/> keine/kaum Publikationen	++ großes Potential + mittleres Potential o geringes Potential	

**Abbildung 22:** Bewertung einzelner Forschungsrichtungen anhand der Kriterien „Anzahl der Publikationen“ und „zukünftiges Forschungspotential“

Auf der Unternehmensebene ist zunächst festzustellen, daß die erste Prozeßphase (Ideenfindung) in der Literatur bislang nicht thematisiert wurde. Dies ist auch in Zukunft nicht zu erwarten, da die Methoden der allgemeinen Betriebswirtschaft nicht dazu geeignet sind, diese Phase des unternehmerischen Prozesses zu erklären. Dagegen ergibt sich für die beiden nachfolgenden Phasen der Umsetzung und der Entwicklung ein positiveres Bild. Hier ist bereits einige Forschung erfolgt, die zudem Potential hat, in Zukunft weitere relevante Ergebnisse für Gründungsunternehmen zu erzielen. Letztendlich wird die isolierte Betrachtung der Unternehmensebene entlang des unternehmerischen Prozesses jedoch nicht zu originären Entrepreneurship-Inhalten, sondern zu einer Erweiterung der bestehenden funktionalen Disziplinen führen.

Auf der individuellen Ebene ergibt sich bei der Bewertung der Forschungsansätze ein fundamentaler Unterschied zwischen den Kategorien „Eigenschaften“ bzw. „demographischer Hintergrund des Unternehmers“ auf der einen und „Verhalten des Unternehmers“ auf der anderen Seite. Zu den Ansätzen der ersten Kategorie ist bereits extensive Forschung erfolgt, ohne jedoch zu überzeugenden Ergebnissen zu gelangen. Somit ist auch für die Zukunft keine entscheidende Verbesserung zu erwarten.

Das „Verhalten des Unternehmers“ ist dagegen bislang noch nicht in gleichem Maße erforscht worden. Dennoch bietet dieser Forschungsansatz gutes Potential für zukünftige Forschung, da auch die Ideenfindungsphase möglicherweise über verhaltenswissenschaftliche Konstrukte erklärt werden kann. Zudem weist dieser Forschungsansatz Potential auf, praxisrelevante Ergebnisse zu erzielen, da Verhaltensweisen - im Gegensatz zu Eigenschaften - auch in Lehrveranstaltungen vermittelt werden können.

Insgesamt bleibt jedoch festzuhalten, daß kein einziger der ebenenspezifischen Forschungsansätze mehr als mittleres Forschungspotential im Forschungsbereich Entrepreneurship aufweist.

### 3.1.2. Bewertung ebenenübergreifender Forschungsansätze

Abbildung 23 stellt die Bewertung der ebenenübergreifenden Forschungsansätze dar.

Aggregationsebene	Phasen des unternehmerischen Prozesses		
	Ideenfindung	Umsetzung	Entwicklung
Forschungsansätze umfassen •Umweltebene •Unternehmensebene •Individuelle Ebene	+	++	++
Legende:	<input type="checkbox"/> viele Publikationen <input type="checkbox"/> einige Publikationen <input type="checkbox"/> keine/kaum Publikationen	++ großes Potential + mittleres Potential o geringes Potential	

Abbildung 23: Bewertung ebenenübergreifender Forschungsansätze

Wie aus Abbildung 23 ersichtlich wird, sind die ebenenübergreifenden Forschungsansätze erst seit kurzer Zeit Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung. Lediglich für die Entwicklungsphase sind bereits Forschungsarbeiten erfolgt.

Ebenenübergreifenden Forschungsansätzen, die sich auf die Ideenfindung beziehen, kann mittleres Forschungspotential zugestanden werden. Dies spiegelt die Ansicht der Autoren wider, daß aufgrund der beschränkten Operationalisierbarkeit dieser Phase auch ebenenübergreifende Forschung hier nur zu begrenzten Resultaten gelangen wird.

In den Phasen der Umsetzung und der Entwicklung weisen ebenenübergreifende Modelle dagegen im Vergleich zu den bisher bewerteten Forschungsansätzen großes Forschungspotential auf. Die gleichzeitige Betrachtung verschiedener Faktoren ist notwendig, um die Komplexität des unternehmerischen Prozesses hinreichend genau zu modellieren. Zur Einschätzung der zukünftigen Bedeutung der ebenenübergreifenden Modelle ist hinzuzufügen, daß die Ausschöpfung des Potentials entscheidend davon abhängen wird, inwieweit das Verständnis der Unternehmensgründung als Prozeß in die Modellierung mit aufgenommen und durch empirische Längsschnittstudien abgebildet wird.

### 3.1.3. Ergebnisse der Benchmarking-Studie

Die obige Bewertung und Einschätzung des Forschungspotentials wird in diesem Kapitel durch die Ergebnisse der Benchmarking-Studie ergänzt und plausibilisiert.

Die Befragung zu den wichtigsten Forschungsrichtungen in Entrepreneurship zeigt, daß nur wenige Gesprächspartner Auskunft über den Stand der Forschung in Entrepreneurship geben können. Nur 22 der 60 Befragten (37%) sind hierzu in der Lage.

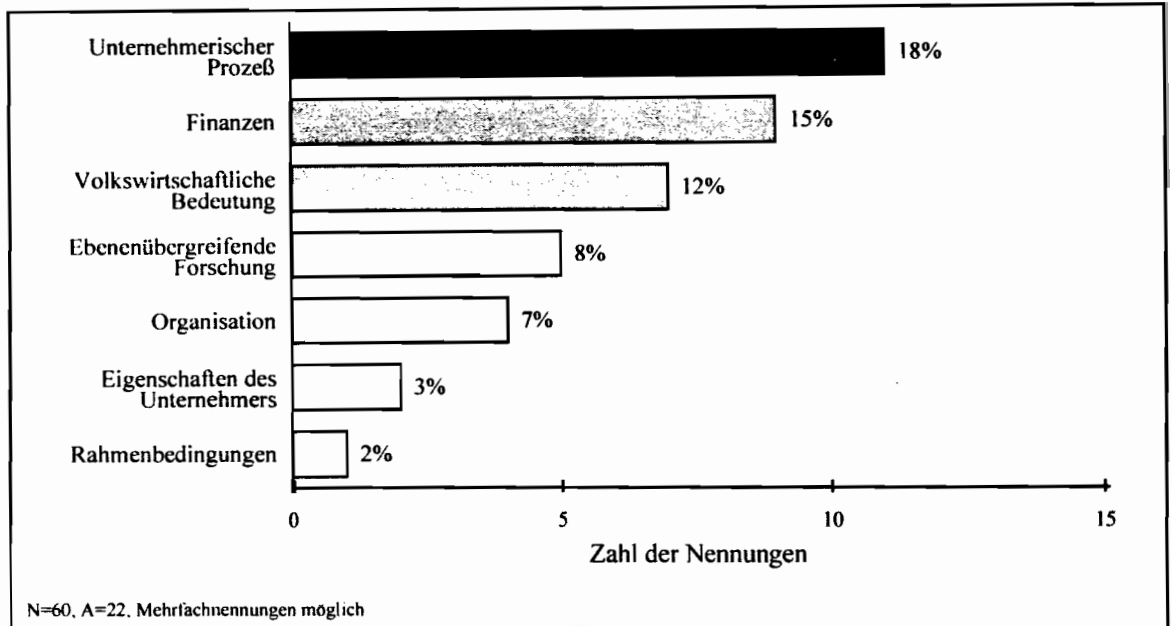


Abbildung 24: Wichtige Forschungsrichtungen in Entrepreneurship

Abbildung 24 unterstreicht, daß es unter den Antwortenden keinen Konsens über vielversprechende Forschungsansätze gibt. Dies entspricht der Vielfalt der in der Entrepreneurship-Literatur verfolgten Ansätze. Die Ansichten der Befragten stimmen mit der Bewertung und Potentialeinschätzung der Verfasser weitgehend überein.

Der unternehmerische Prozeß in seiner Gesamtheit wurde am häufigsten als wichtige Forschungsrichtung in Entrepreneurship genannt (18% aller Befragten). Diese Antwortenden fordern Modelle, die über einzelne „Prozeßschritte“ hinausgehen. Addiert man die 8% der Befragten hinzu, die ebenenübergreifende Forschungsansätze als zentralen Bestandteil der Entrepreneurship-Forschung ansehen, halten somit 26% der Befragten integrative Forschungsansätze in Entrepreneurship für sehr wichtig.<sup>535</sup> Die starke Gewichtung dieser umfassenden Ansätze durch die Befragten deckt sich mit der Einschätzung, daß ebenenübergreifende und prozeßorientierte Forschungsansätze das größte Forschungspotential aufweisen.

Daneben bezeichnen 15% der Befragten „Finanzen“ und 7% „Organisation“ als wichtige Forschungsgebiete. Dies deckt sich mit der Einschätzung der Verfasser, daß auch die funktionalen betriebswirtschaftlichen Disziplinen ein gewisses Potential für weitere Forschung in Entrepreneurship bieten.

<sup>535</sup> Keiner der Befragten nannte beide Kategorien.

Der Untersuchung der volkswirtschaftlichen Bedeutung von Entrepreneurship wird von den Befragten ebenfalls ein relativ hohes Gewicht beigemessen (12%). Einerseits ist dieses Ergebnis überraschend, da diese Forschung auf makroökonomischer Ebene anzusiedeln ist und daher keine direkten Resultate für eine Entrepreneurship-Theorie liefern kann. Andererseits ist die positive Einschätzung verständlich, da dieser Forschungsansatz zur Legitimierung der gesamten Entrepreneurship-Forschung beitragen kann.

Die Rahmenbedingungen (2%) und die Eigenschaften des Unternehmers (3%) werden dagegen nur vereinzelt als zukünftige Forschungsgebiete empfohlen, was sich wiederum mit den Ergebnissen der Verfasser deckt. Der eigenschaftsorientierte Ansatz ('traits approach') wird dabei von vielen Befragten explizit als Irrweg bezeichnet.

### 3.2. Kernprobleme der Entrepreneurship-Forschung

Die mangelhafte Qualität der publizierten Forschungsarbeiten wird allgemein als der wichtigste Grund für die fehlende Akzeptanz von Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin angesehen.<sup>536</sup> Wenn Entrepreneurship den Status einer den anderen betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen gleichwertigen akademischen Disziplin erreichen soll, muß somit qualitativ hochwertigere Forschungsarbeit geleistet werden.<sup>537</sup> Der Befund, daß inhaltliche Defizite bestehen, wird nicht nur von außen an das Fach herangetragen, sondern von einer Vielzahl von Entrepreneurship-Forschern geteilt.<sup>538</sup> Die bestehenden Defizite der inhaltlichen Forschungsleistungen sind ihrerseits ein Resultat mehrerer Einzelprobleme, die im folgenden dargestellt werden. Die einzelnen Faktoren bedingen sich dabei wechselseitig und können auch auf die in Kapitel D.1 dargestellten spezifischen Charakteristika des Fachgebiets (Neuheit und Interdisziplinarität) zurückgeführt werden.

#### 3.2.1. Abgrenzung des Forschungsgegenstands Entrepreneurship

Zahlreiche Autoren weisen auf das Fehlen einer einheitlichen Definition des Entrepreneurship hin (Vgl. Teil B).<sup>539</sup> Viele bezeichnen diesen Mangel als das größte Defizit auf dem Weg zur Etablierung von Entrepreneurship als akademische Disziplin.<sup>540</sup> Die Unklarheit über den Umfang von Entrepreneurship als Forschungsgebiet und der fehlende Konsens über zukünftige Forschungsschwerpunkte gelten als die primären Gründe für die qualitativen Mängel der geleisteten Forschung.<sup>541</sup>

<sup>536</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.5; Vgl. Hills (1988), S.111.

<sup>537</sup> Vgl. Zeithaml und Rice (1987), S.49.

<sup>538</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.5.

<sup>539</sup> Vgl. Bull und Willard (1993), S.183; Vgl. Carsrud, Olm und Eddy (1985), S.367; Vgl. Cunningham und Lischeron (1991), S.45; Vgl. Gartner (1985), S.697; Vgl. Gartner (1988), S.11; Vgl. Hornaday (1990), S.22; Vgl. Katz, Brockhaus und Hills (1993), S.197; Vgl. Kent (1984), S.2; Vgl. Kirchhoff (1991), S.109; Vgl. Sexton (1988), S.117, Vgl. Wortman (1987), S.260.

<sup>540</sup> Vgl. Bull und Willard (1993), S.183; Vgl. Carsrud, Olm und Eddy (1985), S.367; Vgl. Kirchhoff (1991), S.109; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.141; Vgl. Sexton (1988), S.120.

<sup>541</sup> Vgl. Amit, Glosten und Muller (1993), S.819; Vgl. Bull und Willard (1993), S.187; Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.13; Vgl. Ivancevich (1991), S.5; Vgl. MacMillan und Katz (1992), S.6; Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.51; Vgl. Zeithaml und Rice (1987), S.49.

Das Fachgebiet befindet sich bislang noch in der „Vor-Theorie-Phase“<sup>542</sup>. Es gibt zwar hunderte von einzelnen Artikeln über Entrepreneurship, die auch potentiell bedeutsam für die Theoriebildung sind, die für sich alleine genommen aber lediglich Theoriefragmente und Partialanalysen darstellen.

### 3.2.2. Datenlage und Datenerhebung

Ein weiteres zentrales Problem der Entrepreneurship-Forschung ist der Mangel an relevanten Daten.<sup>543</sup> Dieses Problem betrifft alle Phasen des unternehmerischen Prozesses, wobei die Datenlage um so schlechter ist, je früher im Prozeß die Forschung ansetzt.

Für die Phase der Ideenfindung sind bislang keine repräsentativen Datenbanken verfügbar. Die Identifikation von Personen in dieser Phase gestaltet sich außerordentlich schwierig. Daher wird für Forschungsprojekte in Entrepreneurship zumeist auf bereits tätige Unternehmer zurückgegriffen, um dann Rückschlüsse auf die Phase der Ideenfindung zu ziehen. Oft werden als Approximation für Individuen in der Ideenfindungsphase (Entrepreneurship-) Studenten befragt. Die Validität solcher Erhebungen ist jedoch als gering einzustufen.

Auch für die Phase der Umsetzung sind bislang keine Datensätze allgemein verfügbar. Als Behelf greifen Entrepreneurship-Forscher, die Untersuchungen zu dieser Phase des unternehmerischen Prozesses durchführen wollen, zumeist auf Personen zurück, die während der Umsetzung ihrer Idee mit Gründungsförderungsinstitutionen zusammenarbeiten. Eine solche Stichprobe entspricht nicht zwangsläufig der Grundgesamtheit aller Gründer in der Umsetzungsphase. Validität und Reliabilität einer solchen Untersuchung sind daher beschränkt.

Das für die frühen Phasen des unternehmerischen Prozesses festzustellende Datenproblem bleibt zu einem großen Teil auch während der Entwicklungsphase des Gründungsunternehmens bestehen, da bislang nur wenige Datenbanken mit Daten solcher Unternehmen bestehen.<sup>544</sup> Während es für publizitätspflichtige Großunternehmen eine Vielzahl objektiver Daten (z.B. Aktienkurse oder Geschäftsberichte) gibt, muß bei Gründungsunternehmen in der Regel auf subjektive Daten (z.B. Fragebögen oder Interviews) zurückgegriffen werden.<sup>545</sup> Dies hat negative Auswirkungen auf die Qualität der Forschungsergebnisse, da Validität und Reliabilität bei objektiven Daten eher gegeben sind als bei subjektiven.<sup>546</sup> Aufgrund der Sensitivität vieler Daten ist die Zuverlässigkeit subjektiver Daten fraglich, da Befragte Informationen vielfach nicht preisgeben wollen.<sup>547</sup> Auf subjektiven Daten basierende Untersuchungen sind daher nicht nur aufwendig, sondern führen auch zu Problemen der Vergleichbarkeit zwischen verschiedenen Untersuchungen.<sup>548</sup>

Die Probleme, die sich aus der schwierigen Datenlage ergeben, werden durch das Anreizsystem der Hochschulen verstärkt. Seitens der Universitäten besteht der Druck

<sup>542</sup> Vgl. Bull und Willard (1993), S.187.

<sup>543</sup> Vgl. Duncan und Handler (1994), S.7; Vgl. Hornaday und Churchill (1987), S.9; Vgl. Mitton (1989), S.10.

<sup>544</sup> Vgl. Vesper (1988), S.2.

<sup>545</sup> Vgl. Hills (1988), S.111.

<sup>546</sup> Vgl. Smith, Gannon und Sapienza (1989), S.40f.

<sup>547</sup> Vgl. Smith, Gannon und Sapienza (1989), S.40.

<sup>548</sup> Vgl. Katz (1988), S.90.

auf die Professoren, möglichst viele Artikel zu publizieren („publish or perish“<sup>549</sup>). Es besteht daher kein Anreiz für Forscher, sich die zum Erstellen brauchbarer und langfristig nutzbarer Datensätze erforderliche Zeit zu nehmen.<sup>550</sup> Vor allem langfristig ausgelegte Längsschnittanalysen, die für die Analyse von Gründungsunternehmen von besonderer Wichtigkeit sind, fallen diesem Problem zum Opfer.<sup>551</sup>

Das Datenproblem wird allerdings in jüngster Zeit aktiv angegangen. Während zur Ideenfindungsphase bislang immer noch keine langfristig nutzbaren Datensets bestehen, baut das ‘Entrepreneurial Research Consortium’ zur Zeit eine Datenbank für die Umsetzungsphase auf. In diesem Forschungskonsortium sind über 20 amerikanische sowie kanadische, australische, finnische, schwedische und norwegische Hochschulen zusammengeschlossen. Ziel ist es, eine repräsentative Auswahl an Unternehmern über einen längeren Zeitraum zu verfolgen, um daraus Schlüsse für die Entrepreneurship-Forschung zu ziehen. Dieses Datenset könnte in Zukunft die Grundlage der in der Literatur geforderten prozessorientierten Untersuchungsdesigns bilden.<sup>552</sup>

### 3.2.3. Methoden der Entrepreneurship-Forschung

Die inhaltlichen Unzulänglichkeiten der Entrepreneurship-Forschung werden häufig auf die Vielfalt der Methoden zurückgeführt, die in den Forschungsarbeiten angewendet werden.<sup>553</sup> Im Zuge der in den 80er Jahren in der Literatur geführten Diskussion über den Stand des Fachgebiets erfolgten daher zum Teil grundlegende Betrachtungen über Basisanforderungen an wissenschaftliche Arbeiten, die in anderen Disziplinen längst selbstverständliche Voraussetzungen für eine Publikation sind.<sup>554</sup> Dabei wird insbesondere der Anstieg der Publikationen mit empirischen Untersuchungen mit der Heterogenität der angewandten Forschungsmethoden in Verbindung gebracht.<sup>555</sup>

Ein Beispiel für auf Methodenvielfalt zurückführbare inhaltliche Defizite ist die Forschung im Bereich des eigenschaftsorientierten Ansatzes, für den exemplarisch die in der Literatur geäußerten Vorbehalte dargestellt werden sollen:

1. Viele Studien definieren die Variablen „Entrepreneur“, „Non-Entrepreneur“ und „Entrepreneurship“ nicht oder nur ungenau, was eine Vergleichbarkeit der Studien unmöglich macht.<sup>556</sup>
2. Der weit überwiegende Anteil empirischer Studien nimmt nur erfolgreiche, nicht jedoch gescheiterte Unternehmer in die Stichprobe auf, was zu einer Verzerrung der Ergebnisse führt (Positivselektion).<sup>557</sup>
3. In den meisten Studien werden Industrieeffekte nicht berücksichtigt (z.B. Unternehmer im Einzelhandel vs. Unternehmer im HighTech-Bereich).<sup>558</sup>

<sup>549</sup> Hornaday und Churchill (1987), S.9.

<sup>550</sup> Vgl. Hornaday und Churchill (1987), S.9.

<sup>551</sup> Vgl. Sexton (1988), S.117.

<sup>552</sup> Vgl. Reynolds (1997a), S.1.

<sup>553</sup> Vgl. Smith, Gannon und Sapienza (1989), S.39.

<sup>554</sup> Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.91ff.

<sup>555</sup> Vgl. VanderWerf und Brush (1989), S.45.

<sup>556</sup> Vgl. Gartner (1989), S.32.

<sup>557</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.148.

<sup>558</sup> Vgl. Brockhaus und Horwitz (1986), S.34.



4. Die Stichproben sind zumeist sehr klein, was statistische Analysen und verallgemeinernde Aussagen unmöglich macht.<sup>559</sup>
5. Die Stichproben bestehen oft aus Unternehmern, die ihr Unternehmen bereits vor einiger Zeit gegründet haben. Dies führt zu Verzerrungen bei der Messung der ursprünglichen Eigenschaften und Motivationen.<sup>560</sup>

Neben der Methodenvielfalt wird die Unsauberkeit der Arbeit vieler Forscher bei der Anwendung der verschiedenen Methoden beklagt. So werden dem Leser vielfach detaillierte Informationen über die angewendeten Forschungsmethoden vorenthalten. Statistische Verfahren werden zum Teil überhaupt nicht angewendet, so daß die Aussagekraft der Ergebnisse vieler Studien fragwürdig bleibt.<sup>561</sup>

Eine Erklärung für die mangelhafte methodische Stringenz früher Entrepreneurship-Studien liegt allerdings im explorativen Charakter der Untersuchungen. Es handelte sich Vielfach um Pionierarbeiten, die im Rückblick leicht zu kritisieren sind, die aber nicht auf bestehenden Theorien aufbauen konnten. Trotz ihrer Schwächen können sie als Basis für zukünftige Forschung dienen.<sup>562</sup>

### **3.2.4. Ergebnisse der Benchmarking-Studie**

Alle im Rahmen der Benchmarking-Studie Befragten sind sich einig, daß Entrepreneurship als eigenständiges wissenschaftliches Forschungsgebiet bzw. als Teildisziplin der Betriebswirtschaftslehre bislang nicht vollständig anerkannt ist. Die unzureichenden inhaltlichen Leistungen werden darauf zurückgeführt, daß vielfach in konzeptioneller und methodischer Hinsicht unsolide durchgeführte Forschungsarbeiten publiziert werden (33% aller Befragten). Dies bedeutet, daß die Entrepreneurship-Professoren in großer Zahl die Qualität der in ihrem eigenen Fachgebiet geleisteten Forschungsarbeit anzweifeln (Abbildung 25). Diese Einschätzung korrespondiert mit den diskutierten Problemen bezüglich der angewandten Methoden und der schlechten Datenverfügbarkeit in Entrepreneurship, die zusätzlich von (17%) der Befragten bemängelt wird.

Das Fehlen einer einheitlichen Theorie (23%) bzw. die Einschätzung, daß Entrepreneurship als interdisziplinäres Fach keinen originären Kern besitzt (23%), spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Diese Beurteilungen sind eine Bestätigung der von den Verfassern bei der Darstellung der Forschungsinhalte festgestellten Diversität und der bislang fehlenden Konvergenz auf wenige zentrale Forschungsansätze.

<sup>559</sup> Vgl. Gartner (1989), S.32.

<sup>560</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.148; Vgl. Gartner (1989), S.33.

<sup>561</sup> Vgl. Smith, Gannon und Sapienza (1989), S.39.

<sup>562</sup> Vgl. Low und MacMillan (1988), S.140.

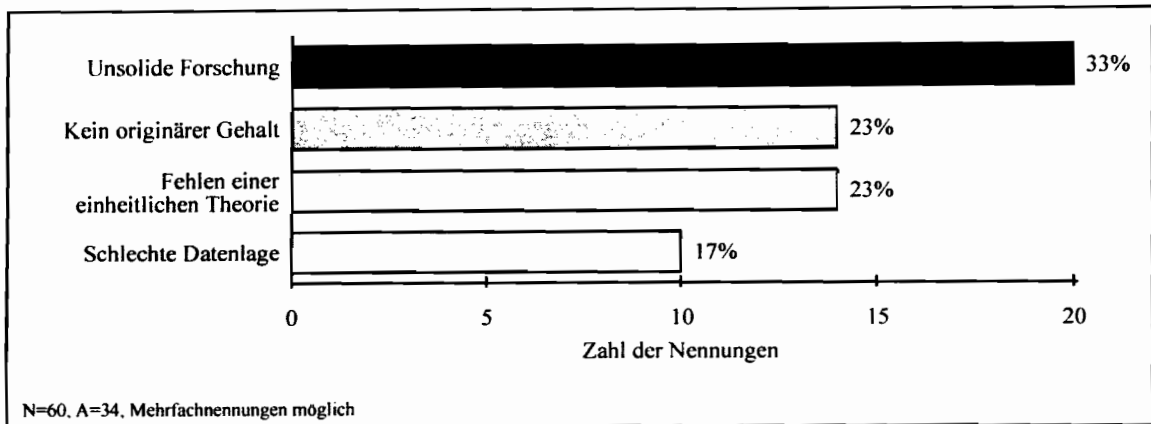


Abbildung 25: Gründe für unzureichende inhaltliche Leistungen der Forschung

## 4. Institutionalisation der Entrepreneurship-Forschung in den USA

Neben den erzielten inhaltlichen Leistungen ist der Grad der Institutionalisation ein wesentlicher Indikator für den Stand einer wissenschaftlichen Disziplin. Im folgenden wird daher die Institutionalisation der Entrepreneurship-Forschung an Hochschulen, in Form universitätsunabhängiger Forschungsinstitutionen und Konferenzen sowie die Verfügbarkeit fachspezifischer Publikationen untersucht. Die Ergebnisse der Benchmarking-Studie fließen auch in dieses Kapitel mit ein.

### 4.1. Institutionalisation der Entrepreneurship-Forschung an Hochschulen

Die Institutionalisation eines Fachgebiets an einer Hochschule kann auf verschiedene Arten erfolgen. Neben der Ansiedlung in einem eigenen Department sind die Zahl der Stiftungslehrstühle und die bestehenden PhD-Programme Indikatoren für die Institutionalisation eines Fachs. Im Bereich Entrepreneurship ist ferner häufig die Gründung eines Zentrums als Form der Institutionalisation vorzufinden.

#### 4.1.1. Entrepreneurship-Departments

Die übliche Form der Institutionalisation einer Disziplin an einer Business School ist die Gründung eines eigenständigen Departments (Finance-Department, Marketing-Department, etc.). Diese Form der Institutionalisation ist für Entrepreneurship bislang nur sehr selten anzutreffen.<sup>563</sup>

#### 4.1.2. Stiftungslehrstühle in Entrepreneurship

Eine Übersicht über die Anzahl der Stiftungslehrstühle gibt einen weiteren Anhaltspunkt für die Institutionalisation eines Fachbereichs.<sup>564</sup> Eine hohe Zahl an Stiftungslehrstühlen bürgt für Kontinuität in Forschung und Lehre, da die Finanzierung der entsprechenden Aktivitäten langfristig sichergestellt ist. Für einen Akademiker bedeutet die Berufung auf einen Stiftungslehrstuhl einen beträchtlichen Prestigegewinn sowie langfristige finanzielle Sicherheit.<sup>565</sup>

<sup>563</sup> Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.44, genaue Zahlen liegen nicht vor.

<sup>564</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.6.

<sup>565</sup> Vgl. Katz (1991a), S.63.

Die Inhaber der Stiftungslehrstühle haben die höchste Stufe der akademischen Hierarchie erreicht, die mit einer Anstellung auf Lebenszeit verbunden ist ('Tenured Professor'). Aufgrund dieses Status werden fast ausschließlich Akademiker auf die Stiftungslehrstühle berufen. Im allgemeinen haben die Inhaber der Stiftungslehrstühle Lehr- und Forschungsverpflichtungen, so daß die Zahl der Stiftungslehrstühle einen gewissen Aufschluß über die Institutionalisierung der Forschung gibt.

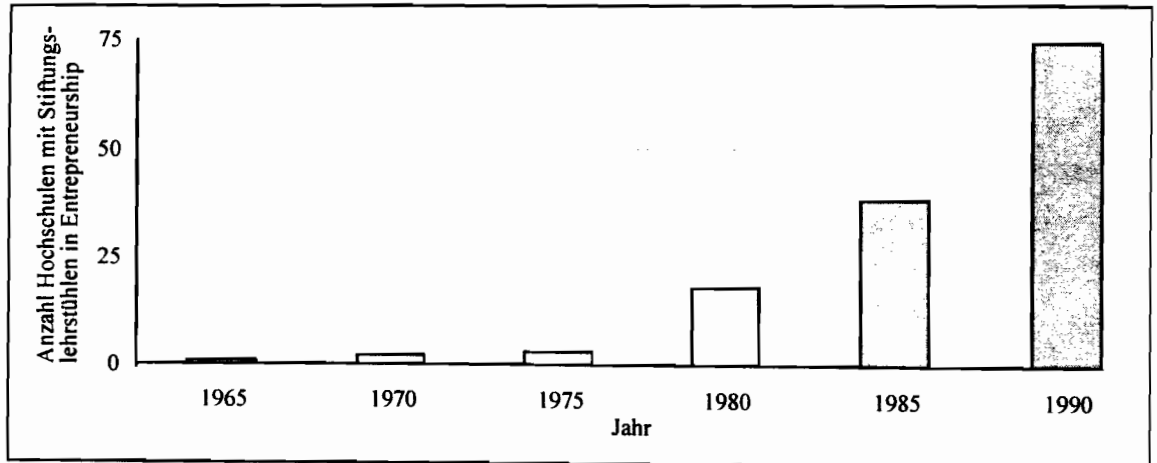


Abbildung 26: Anzahl der amerikanischen Hochschulen mit Entrepreneurship-Stiftungslehrstühlen<sup>566</sup>

Die Anzahl der amerikanischen Hochschulen, die Stiftungslehrstühle in Entrepreneurship eingerichtet hat, hat sich in den letzten Jahren sprunghaft erhöht (Abbildung 26). Gab es im Jahre 1963 erst einen, so waren im Jahre 1990 bereits 102 Stiftungslehrstühle an 74 Universitäten eingerichtet.<sup>567</sup> Der Hauptzuwachs fand dabei in den 80er Jahren statt. An fast allen renommierten Business Schools bestehen heute Stiftungslehrstühle in Entrepreneurship. An 14 Hochschulen wurden sogar mehrere Lehrstühle eingerichtet, darunter beispielsweise Babson College, Baylor University und die Harvard University.<sup>568</sup> Die Lehrstühle sind dabei formal entweder einem der traditionellen Departments oder dem Entrepreneurship-Zentrum zugeordnet.

Das durchschnittliche Stiftungskapital für einen Stiftungslehrstuhl an einer amerikanischen Hochschule beträgt annähernd \$1 Mio. Die Bereitschaft von Sponsoren, den Hochschulen Lehrstühle im Bereich Entrepreneurship zu stiften, gilt als sehr hoch.<sup>569</sup>

Eine zentrale Problematik ist die Besetzung der Lehrstühle. Über 25% der bestehenden Stiftungslehrstühle sind vakant.<sup>570</sup> Dieser relativ hohe Anteil unbesetzter Lehrstühle weist einerseits auf einen Mangel an qualifizierten Nachwuchsforschern, andererseits auf den Widerstand der in den traditionellen Fakultäten tätigen Professoren bei der

<sup>566</sup> Vgl. Katz (1991a), S.60. Erfasst sind nur diejenigen Stiftungslehrstühle, für die das Jahr der Einrichtung zweifelsfrei zu ermitteln war.

<sup>567</sup> Vgl. Katz (1991a), S.56ff. Als Stiftungslehrstühle werden hier sowohl 'Endowed Chairs' als auch 'Endowed Professorships' bezeichnet. Der Wachstumstrend bei der Anzahl der eingerichteten Stiftungslehrstühle wird von Robinson und Haynes (1991), S.49 bestätigt.

<sup>568</sup> Vgl. Katz (1991a), S.59.

<sup>569</sup> Vgl. Katz (1991b), S.100; Vgl. Rice (1996), S.5; Vgl. Ronstadt (1985), S.9f.; Vgl. Zeithaml und Rice (1989), S.50.

<sup>570</sup> Vgl. Katz (1991b), S.64.

Berufung von Professoren auf Entrepreneurship-Lehrstühle hin.<sup>571</sup> Bei anhaltender Nichtbesetzung besteht die Gefahr, daß die Stiftungslehrstühle durch Professoren der traditionellen Disziplinen usurpiert werden bzw. daß die Mittel den traditionellen Disziplinen zugeführt werden, so daß der ursprüngliche Stiftungszweck - die Förderung von Entrepreneurship - in manchen Fällen nicht erfüllt wird.<sup>572</sup>

#### **4.1.3. PhD-Programme in Entrepreneurship**

Neben den Stiftungslehrstühlen als höchster Stufe der akademischen Hierarchie können PhD-Programme als Indikator für die Institutionalisierung der Forschung herangezogen werden. In diesen Programmen werden Nachwuchswissenschaftler systematisch für ihre zukünftige Lehr- und Forschungstätigkeit ausgebildet.

In den USA gibt es bis heute kein PhD-Programm in Entrepreneurship.<sup>573</sup> Zudem wird es innerhalb der PhD-Programme anderer Disziplinen nur selten toleriert, daß Studenten ihre Dissertation im Bereich Entrepreneurship verfassen.<sup>574</sup> Das Fehlen von PhD-Programmen gilt als entscheidendes institutionelles Problem der Disziplin.<sup>575</sup> Der daraus resultierende Mangel an Nachwuchswissenschaftlern manifestiert sich in der beschriebenen Schwierigkeit, die bestehenden Stiftungslehrstühle zu besetzen.<sup>576</sup>

Das Fehlen formeller Ausbildungsprogramme kann dem Widerstand der Professoren der etablierten Disziplinen zugeschrieben werden<sup>577</sup>, die Entrepreneurship vielfach als nicht forschungstauglich ansehen.<sup>578</sup> Der akademische Gehalt der auf diesem Gebiet geleisteten Forschungsarbeit wird angezweifelt, da Entrepreneurship als zu anwendungsnahes Fachgebiet gilt. Nachwuchswissenschaftlern mit PhD-Abschlüssen in anderen Disziplinen wird aus diesem Grund häufig von einer Karriere als Entrepreneurship-Professor abgeraten.<sup>579</sup>

Die Ergebnisse der Benchmarking-Studie stützen den Befund, daß der Widerstand der Professoren der traditionellen Departments (42% aller Befragten) und das daraus resultierende Fehlen von PhD-Programmen (15% aller Befragten) die wesentlichen Probleme im Hinblick auf die Institutionalisierung des Entrepreneurship an amerikanischen Hochschulen darstellen.

#### **4.1.4. Entrepreneurship-Zentren an Hochschulen**

Ein weiterer für die universitäre Institutionalisierung der Entrepreneurship-Forschung relevanter Indikator ist die Einrichtung von Entrepreneurship-Zentren. Aufgabe dieser Zentren ist einerseits die Durchführung eigener Forschungsprojekte und die Vergabe von Mitteln für externe Forschungsarbeiten. Andererseits koordinieren die Zentren zumeist die inhaltliche Ausgestaltung der Lehre. Auch die Koordination von

<sup>571</sup> Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.51.

<sup>572</sup> Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.50; Vgl. McMullan und Long (1987), S.273.

<sup>573</sup> Vgl. Katz (1991b), S.97; Vgl. Zeithaml und Rice (1987), S.49, behaupten zwar, daß ein einziges solches Programm existiere, legen aber nicht offen, wo es sich befindet. Die University of Illinois at Chicago plant derzeit die Einrichtung eines PhD-Programms in Entrepreneurship.

<sup>574</sup> Der Mangel an PhD-Studenten wird auch bei Hills (1988), S.118 beklagt.

<sup>575</sup> Vgl. Katz (1991b), S.100; Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.51; Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.408; Vgl. Hills (1988), S.118.

<sup>576</sup> Vgl. Katz (1991a), S.64.

<sup>577</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.1.

<sup>578</sup> Vgl. Bygrave (1995), S.16.

<sup>579</sup> Vgl. Churchill und Lewis (1986), S.334.

Netzwerk-Aktivitäten wird häufig den Entrepreneurship-Zentren übertragen. Die Entrepreneurship-Zentren nehmen somit die Rolle eines Intermediärs zwischen Professoren (mit den beiden Schwerpunkten Forschung und Lehre) und dem Hochschulumfeld wahr.<sup>580</sup> Im Falle einer Institutionalisierung des Fachs in Form eines Entrepreneurship-Zentrums werden die Entrepreneurship-Professoren organisatorisch entweder dem Zentrum oder einem der traditionellen Departments - häufig dem Management-Department - unterstellt.

Die Anzahl der Entrepreneurship-Zentren an amerikanischen Hochschulen ist in den letzten Jahren deutlich angestiegen. Während vor 1972 nur drei dieser Zentren bestanden, wurden acht in den 70er Jahren und weitere 15 in den 80er Jahren gegründet. 1991 bestanden insgesamt 29 derartige Institutionen.<sup>581</sup> Eine Studie von Zeithaml und Rice (1987) identifizierte sogar 36 Entrepreneurship-Zentren an amerikanischen Hochschulen.<sup>582</sup>

Entrepreneurship ist an zehn der 15 im Rahmen der Benchmarking-Studie besuchten Hochschulen in Form eines Zentrums institutionalisiert, was darauf hindeutet, daß seit der letzten vorliegenden Studie aus dem Jahr 1991<sup>583</sup> eine weitere Ausweitung dieser Form der Institutionalisierung erfolgt ist. Die finanzielle Ausstattung Zentren bewegt sich zwischen null und \$10,5 Mio.

Die Einrichtung eines Zentrums ist zwar ein Indikator für die Bedeutung von Entrepreneurship als akademische Disziplin, sie ist allerdings weder Gewähr für das Bestehen eines umfassenden Forschungsprogramms noch für eine stringente inhaltliche Ausrichtung des Lehrprogramms. Diese Form der Institutionalisierung weist vielmehr primär darauf hin, daß eine von der Business School unabhängige externe Finanzierung erfolgt.<sup>584</sup>

Ein Problem bei der Institutionalisierung der Entrepreneurship-Forschung in Form eines Zentrums ist die Tatsache, daß die amerikanischen Entrepreneurship-Professoren den traditionellen Karrierewegen ('tenure track') unterliegen. Sie haben somit einen Anreiz, der Forschungsarbeit in den funktionalen Teildisziplinen, denen sie formal zugeordnet sind, Priorität zu geben.<sup>585</sup>

## 4.2. Universitätsunabhängige Forschungszentren

Neben den universitären Entrepreneurship-Zentren gibt es eine Reihe von unabhängigen wissenschaftlichen Forschungsinstitutionen, die sich mit Entrepreneurship befassen. Da diese zumeist mit eigenem Stiftungskapital ausgestattet sind und sowohl intern Forschungsprojekte durchführen als auch extern Forschungsaufträge vergeben, sorgen diese Institutionen für Kontinuität in der Forschungsarbeit.<sup>586</sup>

<sup>580</sup> Vgl. Katz (1991b), S.92.

<sup>581</sup> Vgl. Sandberg und Gatewood (1991), S.11f.

<sup>582</sup> Vgl. Zeithaml und Rice (1987), S.46.

<sup>583</sup> Vgl. Sandberg und Gatewood (1991), S.11ff.

<sup>584</sup> Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.44.

<sup>585</sup> Vgl. Katz (1991b), S.91.

<sup>586</sup> Vgl. Katz (1991b), S.91.

Über die Zahl und Entwicklung dieser Institutionen stehen nur bruchstückhafte Informationen zur Verfügung. Gatewood, Miranda und Hoy (1990) identifizieren für die USA zwölf universitätsunabhängige Stiftungen, die Forschungsarbeiten in Entrepreneurship finanziell unterstützen.<sup>587</sup> Diese sind zum Teil auch für die Stiftung von Lehrstühlen an Hochschulen verantwortlich.<sup>588</sup>

Eine herausragende Stellung unter diesen Forschungsinstitutionen nimmt die 'Kauffman Foundation' ein, die vorrangig Entrepreneurship-Forschung fördert und über ein Stiftungskapital von \$1,3 Mrd. verfügt.<sup>589</sup>

### 4.3. Forschungskonferenzen zum Thema Entrepreneurship

Ungefähr 20 jährlich stattfindende Konferenzen, auf denen ungefähr 700 Forschungsarbeiten präsentiert werden, beschäftigen sich mit Entrepreneurship. Aus diesen Konferenzen gehen zumeist Veröffentlichungen hervor.<sup>590</sup> Neben der Präsentation neuer Forschungsergebnisse steht die Möglichkeit, informelle Kontakte zu anderen Professoren zu knüpfen, im Vordergrund.<sup>591</sup>

Die am längsten bestehende und von vielen als am bedeutendsten angesehene Forschungskonferenz in Entrepreneurship ist die seit 1981 jährlich stattfindende 'Babson College - Kauffman Entrepreneurship Research Conference', deren Ergebnisse in den 'Frontiers of Entrepreneurship Research' publiziert werden.<sup>592</sup>

### 4.4. Akademische Entrepreneurship-Publikationen

Die Publikation von Forschungsarbeiten ist für die Karriere eines Professors einer amerikanischen Hochschule von großer Bedeutung. Die Beförderung zum 'Assistant Professor' (der ersten Stufe der akademischen Hierarchie nach Erwerb des PhD-Abschlusses) und später zum 'Tenured Professor', der unkündbar ist und dessen Status in etwa dem eines Universitätsprofessors im deutschen Hochschulwesen entspricht, kann de facto nur bei Nachweis der Veröffentlichung von Forschungsarbeiten in anerkannten akademischen Zeitschriften erreicht werden.<sup>593</sup>

Es ist deshalb erforderlich, daß genügend qualitativ hochwertige (d.h. in akademischen Kreisen anerkannte) Zeitschriften existieren, in denen Forschungsergebnisse veröffentlicht werden können.<sup>594</sup> Im folgenden wird zunächst die Frage geklärt, welche Publikationsmöglichkeiten es im Bereich Entrepreneurship gibt. Die Bewertung der Qualität dieser Publikationen erfolgt dann in Kapitel D.4.4.2.

#### 4.4.1. Anzahl akademischer Entrepreneurship-Publikationen

Nachdem noch bis vor kurzer Zeit die unzureichenden Möglichkeiten bemängelt wurden, Ergebnisse der Entrepreneurship-Forschung zu publizieren, ist die Anzahl der

<sup>587</sup> Vgl. Gatewood, Miranda und Hoy (1990), S.22.

<sup>588</sup> Vgl. Katz (1991b), S.94.

<sup>589</sup> Vgl. o.V. (1996), *Self-sufficient people in healthy communities*, S.47.

<sup>590</sup> Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.57. Die Zahl der Konferenzen stieg insbesondere in den 80er Jahren, Vgl. Wortman (1987), S.259.

<sup>591</sup> Vgl. McCarthy und McCaffrey (1990), S.591.

<sup>592</sup> Vgl. McCarthy und McCaffrey (1990), S.582; Vgl. Wortman (1987), S.259.

<sup>593</sup> Vgl. Romano und Ratnatunga (1996), S.7.

<sup>594</sup> Vgl. Bagby (1991), S.667.

dem Fachgebiet gewidmeten Publikationen stark gestiegen.<sup>595</sup> Eine Studie von Katz (1994) zeigt, daß mindestens 20 akademische Zeitschriften im Bereich Entrepreneurship existieren (Abbildung 27)<sup>596</sup>. Der Anstieg der Zahl akademischer Zeitschriften fand vorrangig in den 80er und 90er Jahren statt, in denen allein 15 der verzeichneten Publikationen zum ersten Mal erschienen.<sup>597</sup>

Es muß allerdings festgestellt werden, daß der Verbreitungsgrad der erwähnten Zeitschriften in vielen Fällen gering ist. Selbst in großen Bibliotheken finden sich meist nur einige wenige dieser Zeitschriften.<sup>598</sup>

Zeitschrift	Gründungsjahr
Entrepreneurship Development Review	unbekannt
Minority Business Today	unbekannt
Southern African Journal for Entrepreneurship and Small Business	unbekannt
Journal of Small Business Management	1963
Entrepreneurship Theory & Practice (früher: American Journal of Small Business)	1976
International Small Business Journal	1982
Journal of Small Business	1983
Journal of Business Venturing	1985
Entrepreneurship and Regional Development	1988
Family Business Review	1988
Journal of Organizational Change Management	1988
Small Business Economics	1988
Journal of Business and Entrepreneurship	1989
Small Enterprise Development: An International Journal	1990
Entrepreneurship, Innovation and change	1991
Journal of Entrepreneurship	1992
Journal of Small Business Finance	1992
Small Enterprise Research: The Journal of SEAAZ	1992
The International Journal of Entrepreneurship Theory and Practice	1993
Journal of Enterprising Culture	1993

Abbildung 27: Entrepreneurship-Zeitschriften und ihr Gründungsjahr<sup>599</sup>

Neben den Zeitschriften werden die an den führenden Konferenzen präsentierten Forschungsarbeiten in 'Proceedings' veröffentlicht. Dies gilt für die als führend angesehene 'Babson College - Kauffman Entrepreneurship Research Conference' ebenso wie für die Konferenzen der University of Illinois at Chicago sowie für die 'Gateways Conference' der Saint Louis University.<sup>600</sup>

Neben den akademischen Publikationen gibt es eine ganze Reihe von auf die Interessen von Praktikern ausgerichtete „Mass-Market“<sup>601</sup>-Zeitschriften wie 'Inc.', 'Success', 'Venture Economics', 'Entrepreneur', 'In-business', 'Business Age',

<sup>595</sup> Vgl. Bull und Thomas (1993), S.181; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.139; Vgl. Sandberg und Gatewood (1991), S.11.

<sup>596</sup> Vgl. Katz (1991b), S.95; Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.57.

<sup>597</sup> Vgl. Gatewood, Miranda und Hoy (1990), S.20; Vgl. Katz (1994), S.674.

<sup>598</sup> Dies sind das 'Journal of Business Venturing', 'Entrepreneurship Theory & Practice' sowie das 'Journal of Small Business Management'.

<sup>599</sup> Vgl. Katz (1994), S.674 und Katz (1991b), S.95.

<sup>600</sup> Vgl. Katz (1991b), S.95.

<sup>601</sup> Vgl. Katz (1991b), S.96.

‘Entrepreneurial Woman’ und ‘Home Business’.<sup>602</sup> Diese Zeitschriften sind stark praxisorientiert und enthalten weder akademische Beiträge noch aus akademischen Forschungsergebnissen abgeleitete praxisrelevante Artikel. Eine Zeitschrift wie ‘Harvard Business Review’, die diesen Ansatz im Bereich Management verfolgt, existiert im Bereich Entrepreneurship bislang nicht.<sup>603</sup>

Die Zahl der Entrepreneurship-Zeitschriften wird heute allgemein als ausreichend angesehen, um den Professoren hinreichende Publikationsmöglichkeiten zu bieten. Es wird sogar bereits eine Verwässerung der Qualität der Publikationen befürchtet, so daß die Frage nach der Wertschätzung, die diesen Publikationen entgegengebracht wird, an Bedeutung gewinnt.<sup>604</sup>

#### 4.4.2. *Qualität der akademischen Entrepreneurship-Publikationen*

Da die Anzahl der Veröffentlichungen in renommierten akademischen Zeitschriften für die Karriere eines Professors entscheidend ist, muß sich in jeder wissenschaftlichen Disziplin ein Konsens darüber herausbilden, welche Zeitschriften akademisch anerkannte Forschung („respectable scholarly research“<sup>605</sup>) veröffentlichen.<sup>606</sup>

MacMillan (1989, 1991 und 1993) versucht daher seit einigen Jahren, die Wertschätzung zu ermitteln, die anerkannte Entrepreneurship-Professoren den akademischen Zeitschriften beimessen, in denen Entrepreneurship-Forschung veröffentlicht wird.<sup>607</sup> Die Befragten ordnen die Zeitschriften dabei in eine von vier Gruppen ein, die eine Wertschätzung von überragend (‘outstanding’ = 4 Punkte), über wichtig (‘significant’ = 3 Punkte) und angemessen (‘appropriate’ = 2 Punkte) bis zu nicht angemessen (‘not appropriate’ = 1 Punkt) repräsentieren.<sup>608</sup> Anhand dieser Bewertung wird das durchschnittliche Ansehen der Zeitschriften errechnet. Es ergeben sich vier Klassen von Zeitschriften, in denen Entrepreneurship-Forschung publiziert wird (Abbildung 28).

In der obersten Kategorie (‘outstanding’) befindet sich neben den führenden Zeitschriften aus dem Bereich ‘Strategic Management’ lediglich das ‘Journal of Business Venturing’ als ausschließlich dem Entrepreneurship gewidmete Publikation. Die weiteren explizit dem Fach Entrepreneurship zuzuordnenden Zeitschriften finden sich mit ‘Entrepreneurship Theory and Practice’ und ‘Journal of Small Business Economics’ in der dritten Klasse (‘appropriate’) und werden als angemessen erachtet. Eine Reihe von Entrepreneurship-Publikationen (‘Journal of Small Business Management’, ‘International Small Business Journal’ und ‘Entrepreneurship and Regional Development’) gelten als nicht angemessen (‘not appropriate’).

Kritisch kann dieser Form der Analyse neben der kleinen Stichprobe (24 befragte Personen im Jahre 1992)<sup>609</sup> und der subjektiven Klassenbildung die Tatsache entgegengehalten werden, daß alle Befragten der spezifischen Gruppe von

<sup>602</sup> Vgl. Wortman (1987), S.260.

<sup>603</sup> Vgl. Katz (1991b), S.96.

<sup>604</sup> Vgl. Hoy (1989), S.5.

<sup>605</sup> Vgl. MacMillan (1991), S.83.

<sup>606</sup> Vgl. Bagby (1991), S.667; Vgl. MacMillan (1991), S.83; Vgl. Romano und Ratnatunga (1996), S.7.

<sup>607</sup> Vgl. MacMillan (1993), S.377ff.; Vgl. MacMillan (1991), S.83ff.; Vgl. MacMillan (1989), S.391ff.

<sup>608</sup> Vgl. MacMillan (1993), S.378.

<sup>609</sup> Eine Kritik an den früheren Untersuchungen von MacMillan findet sich bei Bagby (1991), S.667.



Entrepreneurship-Professoren renommierter Schulen angehören, von der nur bedingt eine repräsentative Einschätzung zu erwarten ist.<sup>610</sup>

Zeitschrift	Mittelwert			Standard- abweichung	Anzahl Befragte
	1988	1990	1992		
<b>überragende Publikation (4)</b>					
Administrative Science Quarterly	3,78	3,37	3,83	0,47	24
Academy of Management Journal	3,61	3,35	3,67	0,55	24
Academy of Management Review	3,56	3,37	3,54	0,58	24
Strategic Management Journal	3,17	3,23	3,50	0,58	24
Journal of Business Venturing	3,33	3,29	3,42	0,64	24
<b>wichtige Publikation (3)</b>					
American Sociological Review	-	-	3,33	0,82	18
American Journal of Sociology	-	-	3,30	0,84	20
Management Science	3,39	3,43	3,27	0,75	22
Harvard Business Review	3,00	3,00	3,08	0,70	24
California Management Review	2,61	2,46	2,96	0,61	24
Organization Science	-	-	2,95	0,89	19
<b>angemessene Publikation (2)</b>					
Sloan Management Review	2,67	2,88	2,79	0,58	24
Journal of Management	2,13	2,00	2,65	0,65	20
Entrepreneurship Theory & Practice	1,81	2,56	2,61	0,82	23
Journal of Management Studies	2,5	2,00	2,53	0,68	19
IEEE Transactions	2,63	2,50	2,45	0,67	20
Organization Dynamics	2,25	2,00	2,38	0,65	21
Journal of HighTech Management Research	-	-	2,35	0,68	17
Journal of Small Business Economics	-	-	2,33	0,87	15
Organizational Studies	-	-	2,29	0,75	17
<b>nicht angemessene Publikation (1)</b>					
Journal of Technology Transfer	-	-	2,13	0,72	15
Entrepreneurship and Regional Development	-	-	2,05	0,60	19
Journal of Small Business Management	1,88	1,68	2,05	0,74	20
International Small Business Journal	1,75	1,80	1,89	0,55	19

Abbildung 28: Rangliste der Publikationen, in denen Entrepreneurship-Forschung veröffentlicht wird.<sup>611</sup>

Aufgrund dieser Kritik analysieren Romano und Ratnatunga (1996) die Zitate der in den Jahren von 1986 bis 1992 in führenden Entrepreneurship-Zeitschriften erschienenen Artikel. Dieses Verfahren beruht auf der zentralen Prämisse, daß ein Zitat auf eine vom Verfasser als nützlich erachtete Quelle verweist und daß daher eine Zeitschrift, deren Artikel häufig zitiert werden, als einflußreich (und qualitativ hochwertig) angesehen werden kann. Da keine subjektiven Einschätzungen in die Untersuchung einfließen, erlaubt diese Art der Untersuchung, die auch in anderen Wissenschaften häufig angewendet wird, ein objektives Urteil über Einfluß und Qualität einer Zeitschrift.<sup>612</sup>

Das Ergebnis dieser Analyse weist das 'Journal of Business Venturing' und 'Entrepreneurship Theory and Practice' als einflußreichste Entrepreneurship-Zeitschriften aus. Danach folgen das 'Journal of Small Business Management', 'Small Business Economics' und das 'International Small Business Journal'. Die Analyse zeigt ferner, daß Entrepreneurship sich allmählich als eigenständiger Bereich etabliert,

<sup>610</sup> Vgl. Bagby (1991), S.667.

<sup>611</sup> Vgl. MacMillan (1993), S.379.

<sup>612</sup> Vgl. Romano und Ratnatunga (1996), S.8.

da die Abhängigkeit von Zitaten aus den führenden Publikationen im Bereich 'Strategic Management' über die Zeit zurückgeht.<sup>613</sup>

Die Analysen von MacMillan (1991) und Romano und Ratnatunga (1996) weisen somit übereinstimmend das 'Journal of Business Venturing' als einflußreichste Entrepreneurship-Zeitschrift aus, die von 'Entrepreneurship Theory & Practice' gefolgt wird. Daneben stellen die führenden Strategie-Zeitschriften nach wie vor wichtige Publikationsmöglichkeiten für Entrepreneurship-Professoren dar, zumal diese häufig organisatorisch dem Management-Department unterstellt sind und dort die Akzeptanz dieser Zeitschrift als hoch angesehen werden kann. Die Tatsache, daß eine Reihe von Entrepreneurship-Zeitschriften als nicht angemessen erachtet wird, deutet darauf hin, daß sich der eingangs geforderte Konsens über die qualitativ führenden Zeitschriften langsam herausbildet.<sup>614</sup>

#### **4.4.3. Ergebnisse der Benchmarking-Studie**

Im Rahmen der Benchmarking-Studie tritt der insgesamt sehr geringe Bekanntheitsgrad der Entrepreneurship-Zeitschriften deutlich zutage. Nur neun der 60 Befragten (15%) konnten sich zu den Publikationen äußern. Eine Vielzahl der Entrepreneurship-Professoren kennt nicht einmal die Namen der einschlägigen Fachzeitschriften. Von den antwortenden Professoren (die allesamt auch in der Forschung tätig sind) wurde tendenziell die führende Rolle des 'Journal of Business Venturing' und - mit Abstrichen - des 'Entrepreneurship Theory & Practice' bestätigt. Daneben wurde die mangelnde Honorierung von Veröffentlichungen in einer dieser Zeitschriften als akademische Leistung durch Professoren anderer Fakultäten beklagt, so daß nach wie vor eine hohe Abhängigkeit der Entrepreneurship-Forschung von Zeitschriften im Bereich 'Strategic Management' besteht.

## **5. Ausblick zur Entwicklung der Entrepreneurship-Forschung**

Im folgenden wird dargestellt, welche Möglichkeiten existieren, den Stand der Forschung in Entrepreneurship zu verbessern. Im Anschluß daran wird die häufig vertretene Hypothese vorgestellt, daß der derzeitige Stand der Forschung in Entrepreneurship dem Stand des Fachs im Lebenszyklus einer akademischen Disziplin entspricht.

### **5.1. Ansatzpunkte zur Verbesserung des Stands der Forschung**

Verbesserungsmöglichkeiten hinsichtlich des Stands der Forschung in Entrepreneurship bestehen sowohl hinsichtlich der Forschungsinhalte als auch in bezug auf die Institutionalisierung der Forschung. Da die bestehenden Ansatzpunkte direkt aus der im Zuge der Bewertung des Stands der Forschung ausführlich diskutierten Schwächen folgen, werden im folgenden die wichtigsten identifizierten Punkte genannt.

---

<sup>613</sup> Vgl. Romano und Ratnatunga (1996), S.17.

<sup>614</sup> Vgl. MacMillan (1993), S.379.

### 5.1.1. *Verbesserung der Forschungsinhalte*

Neben der Verbesserung der Datenlage und der angewendeten Forschungsmethoden, sollten sich Wissenschaftler in Entrepreneurship in Zukunft verstärkt um die Verbindung der verschiedenen Ansätze bemühen.<sup>615</sup>

Aufbauend auf die zu Einzelfragen geleisteten Forschungsarbeiten können dabei zunächst Partialtheorien formuliert werden.<sup>616</sup> Diese müssen darauf abzielen, die Abhängigkeiten zwischen einzelnen Einflußfaktoren zu erklären.<sup>617</sup> Aus empirisch validierten Partialtheorien kann dann eine umfassende Theorie des Entrepreneurship abgeleitet werden.<sup>618</sup> An die Stelle von explorativen Studien sollten in Zukunft theoriebildende Arbeiten treten, auf deren Basis überprüfbare Hypothesen formuliert werden. Im Rahmen empirischer Studien können die Theorien verifiziert oder falsifiziert werden.<sup>619</sup>

### 5.1.2. *Verbesserung der Institutionalisierung*

Eine Verbesserung der Institutionalisierung der Entrepreneurship-Lehre kann über eine Verbesserung der Karrierewege geschehen. Hierbei wird insbesondere die Einrichtung formaler PhD-Programme in Entrepreneurship als vielversprechender Schritt angesehen.<sup>620</sup> Es wird davon ausgegangen, daß der Widerstand der in den anderen Fakultäten ansässigen Professoren im Laufe der Zeit schon aufgrund der Gewöhnung an das Fachgebiet nachlassen wird. Dieser Prozeß wird sich um so schneller vollziehen, je besser die Qualität der Entrepreneurship-Forschung ist.<sup>621</sup>

### 5.1.3. *Ergebnisse der Benchmarking-Studie*

Die Frage, wie die Akzeptanz der Entrepreneurship-Forschung als wissenschaftliche Disziplin erhöht werden kann, kann nur von 42% der im Rahmen der Benchmarking-Studie Befragten beantwortet werden. Dies korrespondiert mit dem Befund, daß nur eine Minderheit der Entrepreneurship-Professoren in den USA die Forschung in ihrem eigenen Fachgebiet verfolgt und somit beurteilen kann.

Möglichkeiten zur Erhöhung der Akzeptanz werden sowohl in einer verbesserten inhaltlichen Forschungsarbeit als auch in einer Verbesserung der Infrastruktur gesehen (Abbildung 29). Inhaltliche Verbesserungen erhoffen sich die Befragten durch die Entwicklung einer einheitlichen Theorie (13%) sowie den Aufbau spezifischer Datenbanken (12%). Die Infrastruktur kann durch eine Verbesserung der Karrieremöglichkeiten (15% aller Befragten), z.B. einer Erhöhung der Zahl der Stellen für 'Assistant Professors' im Bereich Entrepreneurship oder den Aufbau von PhD-Programmen, erreicht werden. Die verstärkte Beschäftigung mit interdisziplinären Forschungsvorhaben stellt einen weiteren Ansatzpunkt dar (10%)

<sup>615</sup> Vgl. MacMillan und Katz (1992), S.7.; Vgl. Low und MacMillan (1988), S.154

<sup>616</sup> Vgl. Bull und Willard (1993), S.187.

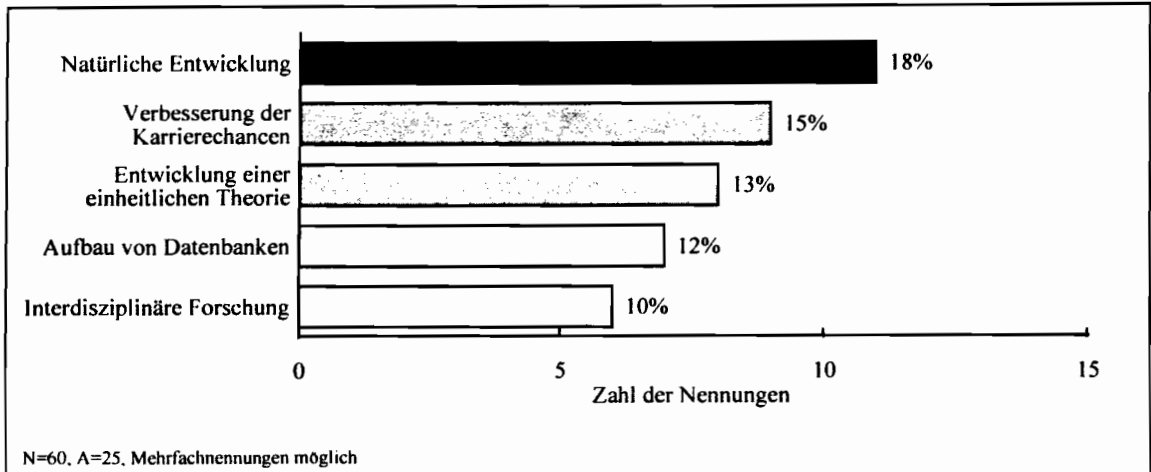
<sup>617</sup> Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.51; Vgl. Kerlinger (1973), S.3.

<sup>618</sup> Vgl. Bull und Willard (1993), S.187; Vgl. MacMillan und Katz (1992), S.6.

<sup>619</sup> Vgl. MacMillan und Katz (1992), S.6.

<sup>620</sup> Vgl. Katz (1991b), S.100; Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.51; Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.408; Vgl. Hills (1988), S.118.

<sup>621</sup> Vgl. Bygrave (1995), S.16.



**Abbildung 29:** Möglichkeiten zur Verbesserung der Akzeptanz von Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin

Ein hoher Anteil der Antwortenden, sieht den aktuellen Stand der Entwicklung von Entrepreneurship als eine normale Phase im Lebenszyklus einer wissenschaftlichen Disziplin an (18% aller insgesamt Befragten). Sie gehen davon aus, daß sich die Akzeptanz im Laufe der Zeit von selbst erhöhen wird. Diese Hypothese wird im folgenden Kapitel dargestellt.

## 5.2. Entwicklung der Entrepreneurship-Forschung analog zum ‘Strategic Management’?

Einige Autoren vertreten die Ansicht, daß Entrepreneurship sich in einer frühen Phase des Lebenszyklus einer akademischen Disziplin befindet, in der die bestehenden inhaltlichen und institutionellen Probleme normal sind.<sup>622</sup> Gemäß dieser Ansicht ist eine Verbesserung des Stands der Forschung lediglich eine Frage der Zeit.

Um diese These zu stützen wird häufig eine Analogie zur Entwicklung des Bereichs ‘Strategic Management’ hergestellt, das in seiner Entwicklung dem Bereich Entrepreneurship um rund 20 Jahre voraus ist.<sup>623</sup> Diese Parallele bietet sich insofern an, als das Fach ebenso wie Entrepreneurship von hoher Komplexität des Betrachtungsgegenstands gekennzeichnet ist.

Zudem war das Fach, wie Entrepreneurship bis heute, lange Zeit nicht als Teildisziplin der Betriebswirtschaftslehre anerkannt.<sup>624</sup> ‘Strategic Management’ hat die Anerkennung als akademische Disziplin in den USA inzwischen jedoch erreicht und ist an allen Business Schools in Form von Management-Departments institutionalisiert. Die Professoren haben an den Hochschulen den gleichen Status wie Forscher anderer Disziplinen.

Inhaltlich beschäftigten sich die frühen Forschungsarbeiten im Bereich ‘Strategic Management’ mit den Eigenschaften von Führungspersonen. Die Bedeutung dieses eigenschaftsorientierten Ansatzes hat inzwischen allerdings abgenommen, wobei die

<sup>622</sup> Vgl. Churchill und Lewis (1985), S.334; Vgl. Peterson und Horvath (1982), S.374; Vgl. Sexton (1982), S.383.

<sup>623</sup> Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.14; Vgl. Churchill und Lewis (1985), S.334. Vgl. Sexton (1982), S.383.

<sup>624</sup> Vgl. Churchill und Lewis (1985), S.335.

Hinwendung zu prozeßorientierten Forschungsinhalten wie Strategieentwicklung und -implementierung das Fach entscheidend vorangebracht hat.<sup>625</sup> Eine ähnliche Entwicklung ist auch bei den Inhalten der Entrepreneurship-Forschung erkennbar, wobei substantielle Forschungsergebnisse hier noch ausstehen.<sup>626</sup>

Die im Bereich Entrepreneurship bis in die jüngste Vergangenheit anhaltende Diskussion über das Fehlen einer einheitlichen Definition und die Abwesenheit von Theorien wurde im Bereich 'Strategic Management' bis Anfang der 80er Jahre ebenso kontrovers geführt.<sup>627</sup> Als Reaktion auf diese Diskussion sind seit Ende der 80er Jahre im Bereich 'Strategic Management' verstärkt Bemühungen erkennbar, integrative Forschungsansätze zu verfolgen.<sup>628</sup>

Im Hinblick auf die Institutionalisierung des Fachgebiets an den Hochschulen ergeben sich ebenfalls Parallelen. So sah sich 'Strategic Management' bis Anfang der 80er Jahre starkem Widerstand seitens der Professoren der traditionellen betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen gegenüber. Da kaum akademische Ausbildungsprogramme existierten, wurde die Forschung und Lehre zumeist von Professoren wahrgenommen, die aus anderen funktionalen Disziplinen in den Bereich 'Strategic Management' gewechselt waren.<sup>629</sup> Die Tatsache, daß ernstzunehmende Forschung erst einsetzte, als das Fach bereits fester Bestandteil der Lehre war, ist eine weitere Parallele zur Entwicklung im Bereich Entrepreneurship.<sup>630</sup>

Insgesamt ergeben sich beim Vergleich der Entwicklung des Fachgebiets 'Strategic Management' mit der des Entrepreneurship eine Vielzahl von Parallelen. Die frühe Phase im Lebenszyklus einer akademischen Disziplin, in der sich Entrepreneurship zur Zeit befindet, kann zumindest teilweise als Erklärung für den bislang unzureichenden Stand der inhaltlichen Leistungen und der Institutionalisierung der Entrepreneurship-Forschung herangezogen werden.

<sup>625</sup> Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.14; Vgl. Whitehill (1996), S.250.

<sup>626</sup> Vgl. Herron, Sapienza und Smith-Cook (1991), S.8; Vgl. Bygrave und Hofer (1991), S.99.

<sup>627</sup> Vgl. Camerer (1985), S.2; Vgl. Jemison (1981), S.601.

<sup>628</sup> Vgl. Dess et al. (1995), S.357ff.

<sup>629</sup> Vgl. Rumelt, Schendel und Teece (1994), S.545.

<sup>630</sup> Vgl. Rumelt, Schendel und Teece (1994), S.557.

## E. Stand der Lehre in Entrepreneurship in den USA

Im folgenden Teil E über den Stand der Lehre in Entrepreneurship wird in Kapitel E.1 zunächst die Bedeutung der Entrepreneurship-Lehre für die Hochschulen in den USA aufgezeigt. Daran anschließend werden in Kapitel E.2 die verschiedenen Modelle der inhaltlichen Ausrichtung und in Kapitel E.3 der derzeitige Stand der Institutionalisierung der Lehre dargestellt. Schließlich werden in Kapitel E.4 die Erfolge der Entrepreneurship-Lehre bewertet.

### 1. Bedeutung der Lehre in Entrepreneurship für die Hochschulen

#### 1.1. Entwicklung des Lehrangebots in Entrepreneurship

Nachdem der erste Kurs in Entrepreneurship an der 'Harvard Business School' bereits in den 30er Jahren angeboten wurde, konnte sich Entrepreneurship in der Lehre bis Anfang der 70er Jahre nur langsam etablieren.<sup>631</sup> Zu diesem Zeitpunkt wurden in den USA insgesamt nur rund 20 Kurse angeboten. In den 70er Jahren setzte dann jedoch ein schwunghafter Anstieg des Kursangebots in Entrepreneurship ein. Im Jahre 1975 wurden bereits an über 100 Universitäten entsprechende Kurse angeboten. Nur zehn Jahre später wurde die Zahl der Universitäten mit Entrepreneurship-Kursen auf ungefähr 250 geschätzt, und 1991, das letzte Jahr für das entsprechende Daten verfügbar sind, boten bereits 340 Universitäten in Nordamerika Entrepreneurship-Kurse an (Abbildung 30).<sup>632</sup>

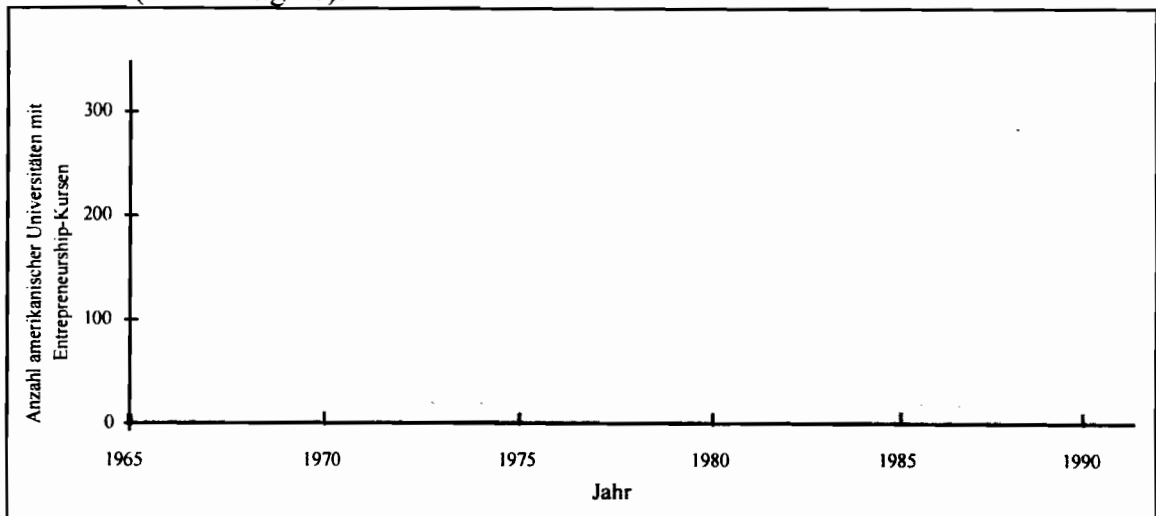


Abbildung 30: Anzahl amerikanischer Universitäten mit Entrepreneurship-Kursen<sup>633</sup>

Diese anhaltend starke Ausweitung des Ausbildungsangebots in Entrepreneurship weist darauf hin, daß es sich bei der Lehre in Entrepreneurship mit hoher Wahrschein-

<sup>631</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.1; McMullan und Long (1987), S.262, schreiben den ersten Entrepreneurship-Kurs in den USA der University of Illinois zu, ohne jedoch ein genaues Jahr angeben zu können.

<sup>632</sup> Vgl. Vesper (1993), S.1. Die Darstellung in diesem Kapitel orientiert sich weitgehend an dieser Publikation, da diese (ebenso wie die vorhergehenden Studien aus dem Jahren 1985 und 1990) von einer Vielzahl weiterer Autoren zitiert wird. Vgl. Bygrave (1995), S.16; Vgl. Gartner und Vesper (1994), S.179ff.; Vgl. Katz (1991b), S.86; Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.56; Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.41.

<sup>633</sup> Vgl. Vesper (1993), S.2. Ein ähnlicher Befund ergibt sich bei der Untersuchung von Solomon und Fernald (1991), S.32ff.

lichkeit nicht um eine reine Modeerscheinung handelt.<sup>634</sup> Es gibt heute in den USA keine einzige bedeutende Business School mehr, die das Fach nicht anbietet.<sup>635</sup>

## **1.2. Gründe für die Ausweitung der Entrepreneurship-Lehre**

Die deutliche Ausweitung des Lehrangebots in Entrepreneurship belegt die Bedeutung des Fachs in der amerikanischen Hochschullandschaft. Im folgenden werden die Faktoren dargestellt, die zu dieser Ausweitung beigetragen haben.

### **1.2.1. Studenteninteresse**

Die hohe Nachfrage nach Entrepreneurship-Kursen seitens der Studenten wird häufig als wesentlicher Faktor für die Ausweitung des Lehrangebots bezeichnet.<sup>636</sup> Viele der führenden Business Schools sehen hierin den Haupttreiber für ihre zunehmenden Aktivitäten in der Entrepreneurship-Ausbildung.<sup>637</sup>

In einer 1988 veröffentlichten Studie schätzen Vesper und McMullan, daß zwischen 10% und 25% aller 65.000 amerikanischen MBA Studenten mindestens eine Veranstaltung im Bereich Entrepreneurship belegen. Angesichts der auch in den 90er Jahren anhaltenden Ausweitung des Kursangebots in Entrepreneurship kann diese Schätzung aus heutiger Sicht als überholt bezeichnet werden.<sup>638</sup> Der Anteil der Studenten, die mindestens einen Entrepreneurship-Kurs belegen, liegt an den im Rahmen der Benchmarking-Studie besuchten Hochschulen im Durchschnitt bei 80%.

### **1.2.2. Finanzierungsangebote durch Sponsoren**

Die Entrepreneurship-Programme werden vielfach durch erfolgreiche Unternehmer finanziell unterstützt.<sup>639</sup> Es kann somit die These vertreten werden, daß das Angebot von Sponsorengeldern an vielen Universitäten ein wichtiger Faktor bei der Einführung von Entrepreneurship-Kursen war, zumal die weitgehend privat finanzierten Business Schools nur ungern angebotene Mittel ablehnen.

### **1.2.3. Wandel der Gegebenheiten auf dem Arbeitsmarkt**

Das wachsende Angebot an Entrepreneurship-Kursen wird häufig mit einem Wandel der Arbeitsmarktbedingungen in Verbindung gebracht. Absolventen der Business Schools finden ihre erste Anstellung immer seltener in Großunternehmen und beginnen ihre Karriere stattdessen in zunehmendem Maße bei kleinen und mittleren (d.h. „unternehmerischen“) Firmen. Dies verstärkt die Notwendigkeit der Vermittlung von in diesem Arbeitsumfeld relevantem Wissen und Fähigkeiten.

Selbst wenn Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Fakultäten ihre Karriere oftmals immer noch in einem Großunternehmen beginnen, sind sich die meisten der

<sup>634</sup> Vgl. Solomon und Fernald (1991), S.28.

<sup>635</sup> Vgl. Katz (1991b), S.86.

<sup>636</sup> Vgl. Clouse (1990), S.45; Vgl. Katz (1991b), S.100; Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.405; Vgl. McMullan und Long (1987), S.270; Vgl. Vesper (1987), S.1.

<sup>637</sup> Vgl. Rice (1996), S.14, S.16 und S.18.

<sup>638</sup> Vgl. Vesper und McMullan (1988), S.10.

<sup>639</sup> Vgl. Hills (1988), S.111; Vgl. Katz (1991b), S.100; Vgl. Rice (1996), S.5; Vgl. Ronstadt (1985), S.9f.; Vgl. Zeithaml und Rice (1989), S.50.

Tatsache bewußt, daß es in einer von 'downsizing' der Großunternehmen geprägten Zeit kaum noch einen „lebenslang sicheren Arbeitsplatz“<sup>640</sup> gibt.<sup>641</sup>

Trotz der zunehmenden Bedeutung kleiner und mittlerer Firmen als Arbeitgeber für MBA-Studenten gilt die Ausbildung für Managementaufgaben in Großunternehmen nach wie vor als vorrangige Aufgabe der Business Schools.<sup>642</sup> Die Ausbreitung der Entrepreneurship-Kurse wird allerdings dadurch begünstigt, daß die Großunternehmen in jüngster Zeit Bestrebungen an den Tag legen, selbst „unternehmerischer“<sup>643</sup> zu werden und es zunehmend begrüßen, wenn Business-School-Absolventen Kurse in Entrepreneurship belegt haben.<sup>644</sup>

Als Reaktion auf die sich wandelnden Gegebenheiten auf dem Arbeitsmarkt erscheint es zweckmäßig, die Managementausbildung verstärkt auf Kreativität, Multidisziplinarität und Prozeßorientierung auszurichten.<sup>645</sup> Wenn man die Entrepreneurship-Ausbildung als eine auf Integration ausgerichtete Lehre versteht, die dem Verständnis und der Bewältigung komplexer interdisziplinärer Probleme dienet, so trägt sie dazu bei, die Studenten besser auf die heutigen Arbeitsmarkterfordernisse vorzubereiten.

#### **1.2.4. Kritik an der traditionellen Ausbildung der Business Schools**

Eine weitere These zur Erklärung der Ausweitung des Ausbildungsangebots in Entrepreneurship bezieht sich auf die in den 80er Jahren artikulierte Kritik an der traditionellen Ausbildung der Business Schools.

Im Zentrum der Kritik steht die vorrangige Ausrichtung der Ausbildung auf eine spätere Tätigkeit in einem Großunternehmen.<sup>646</sup> Die funktionale Gliederung der Lehre (Marketing, Finanzen, Produktion etc.) entspricht der funktionalen Aufbauorganisation vieler Großunternehmen.<sup>647</sup> Aus dieser Ausrichtung resultieren eine mangelhafte Förderung des kreativen Denkens und das Fehlen einer Integration des in den verschiedenen Teildisziplinen vermittelten Wissens.<sup>648</sup> Die zu starke Gewichtung von Theorievermittlung und quantitativen Analysen sowie die Vernachlässigung qualitativer Faktoren sind weitere Kritikpunkte.<sup>649</sup> Das vermittelte Wissen wird zum Teil als irrelevant für die praktischen Anforderungen angesehen, da die entscheidenden Problemstellungen in Unternehmen unstrukturiert und komplex sind und einen interdisziplinär angelegten Lösungsansatz verlangen.<sup>650</sup> Den Business Schools wird ferner ein zu geringer Beitrag zur regionalen wirtschaftlichen Entwicklung vorgeworfen.<sup>651</sup>

<sup>640</sup> Plaschka und Welsch (1990), S.59.

<sup>641</sup> Vgl. Sandberg (1986), S.1.

<sup>642</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.265; Vgl. Solomon und Fernald (1991), S.27.

<sup>643</sup> Stevenson (1989), S.166; Vgl. Stevenson und Sahlman (1989), S.95.

<sup>644</sup> Vgl. Kao (1989), S.1; Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.47.

<sup>645</sup> Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.47f.

<sup>646</sup> Vgl. Solomon und Fernald (1993), S.1. Dieser Kritikpunkt steht mit dem zuvor diskutierten Wandel der Arbeitsmarktgegebenheiten in engem Zusammenhang.

<sup>647</sup> Vgl. Ettinger und Fromont (1985); Vgl. Long und McMullan (1987), S.265.

<sup>648</sup> Vgl. Vesper und McMullen (1988), S.11.

<sup>649</sup> Vgl. Behrman und Levin (1984), S.14; Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.60. In diesem Artikel werden zudem eine Vielzahl weiterer Autoren zitiert, die Kritik an der herkömmlichen Ausbildung der Business Schools äußern.

<sup>650</sup> Vgl. Solomon und Fernald (1991), S.27.

<sup>651</sup> Vgl. Solomon und Fernald (1993), S.1.



Die Entrepreneurship-Ausbildung wird als vielversprechender Weg angesehen, die Ausbildung an den Business Schools zu verbessern und der geäußerten Kritik Rechnung zu tragen: Entrepreneurship-Kurse bieten den Studenten einen umfassenden Überblick über das Unternehmen als Ganzes und integrieren die in den Lehrveranstaltungen der funktional orientierten Teildisziplinen behandelten Inhalte.<sup>652</sup>

### 1.2.5. Marktdruck durch das Lehrangebot anderer Hochschulen

Der zunehmende Marktdruck durch Ausbildungsangebote in Entrepreneurship an anderen Hochschulen kann als weiterer Grund für das explosionsartige Wachstum des Lehrangebots in Entrepreneurship an amerikanischen Hochschulen angesehen werden. Dieser Druck wird beispielsweise durch die einflußreichen Hochschulranglisten aufgebaut, die jährlich unter anderem von 'Business Week'<sup>653</sup> und 'U.S. News & World Report'<sup>654</sup> veröffentlicht werden. In diese Ranglisten hat seit einigen Jahren auch die Qualität der Entrepreneurship-Ausbildung Eingang gefunden, so daß es für eine führende Business School kaum noch möglich ist, in diesem Bereich keine Kurse anzubieten.

### 1.2.6. Ergebnisse der Benchmarking-Studie

Im Rahmen der Benchmarking-Studie können vier wesentliche Gründe für die starke Ausweitung des Ausbildungsangebots in Entrepreneurship an amerikanischen Hochschulen identifiziert werden (Abbildung).

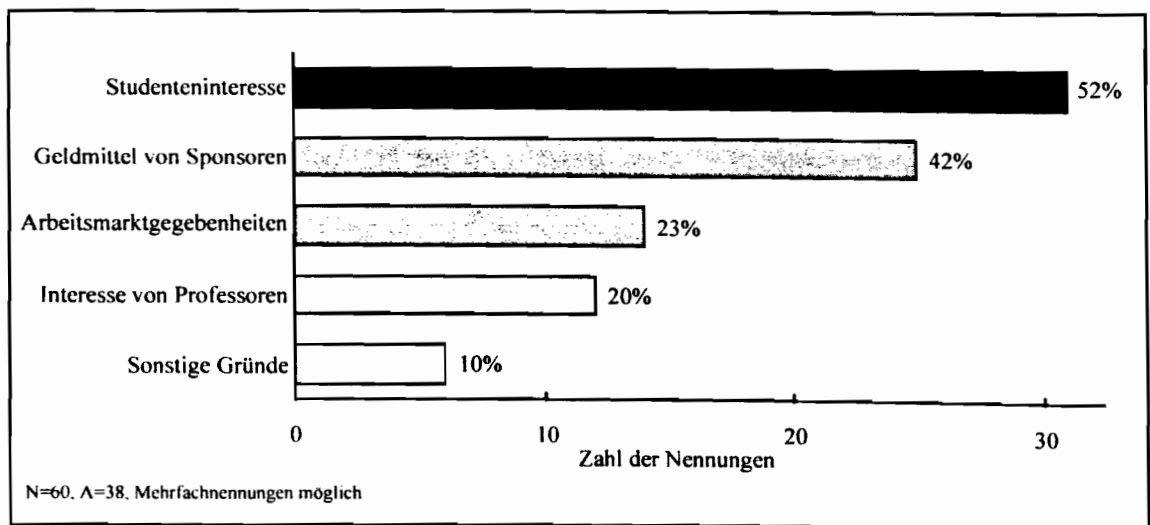


Abbildung 31: Gründe für den Anstieg des Lehrangebots in Entrepreneurship

Wichtigster Grund ist das hohe Interesse seitens der Studenten (52% aller Befragten), gefolgt von den durch Sponsoren für die Lehre in Entrepreneurship angebotenen Geldmitteln (42%). Daneben gelten die gewandelten Bedingungen auf dem Arbeitsmarkt (23%) sowie das Interesse der Professoren am Bereich Entrepreneurship (20%) als Gründe für die Ausweitung des Kursangebots.

<sup>652</sup> Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.407.

<sup>653</sup> Vgl. Byrne et al. (1996), S.48.

<sup>654</sup> Vgl. o.V. (1997): *America's best graduate schools*, S.29.

Einige der in der Literatur dargestellten Faktoren (Studenteninteresse, Interesse der Sponsoren, Wandel der Arbeitsmarktgegebenheiten) werden somit von den Ergebnissen der Benchmarking-Studie bestätigt, während andere (Kritik an der Ausbildung, Marktdruck) nicht als signifikante Einflußfaktoren gelten. Das Interesse seitens der Professoren an Entrepreneurship findet sich in der Literatur nicht als Grund für den Aufstieg des Fachs, gilt aber gemäß den Ergebnissen der Benchmarking-Studie zumindest unter Entrepreneurship-Professoren als bedeutender Faktor.<sup>655</sup>

Abschließend kann festgestellt werden, daß eine Vielzahl von Faktoren für die rasante Ausbreitung der Lehre in Entrepreneurship verantwortlich ist. Die Faktoren sind zum Teil eng miteinander verbunden und verstärken sich wechselseitig.<sup>656</sup> Beispielsweise steht die Kritik an der traditionellen Ausbildung der Business Schools in engem Zusammenhang mit den sich wandelnden Bedingungen am Arbeitsmarkt. Das hohe Interesse der Studenten kann ebenfalls als Reaktion auf die Arbeitsmarktgegebenheiten und als Ablehnung der traditionellen Kurse interpretiert werden.

### 1.3. Ziele der Entrepreneurship-Lehre aus Sicht der Hochschulen

In der Literatur finden sich nur wenige Hinweise darauf, welche Ziele die Universitäten mit der Lehrtätigkeit in Entrepreneurship verfolgen. McMullan und Long (1987) nennen die Schaffung von Arbeitsplätzen durch an Universitäten ausgebildete Unternehmer als zentrales Ziel.<sup>657</sup> Lück und Böhmer (1994) sehen als Lehraufgaben die Verdeutlichung der Bedeutung von Entrepreneurship für die Volkswirtschaft, die Förderung der Karriere der Absolventen sowie die Ausbildung von Unternehmern.<sup>658</sup>

Die Frage, ob die Motivation, ein Unternehmen zu gründen, durch die Entrepreneurship-Ausbildung gefördert werden soll, wird in der Literatur nicht klar beantwortet. Die Identifikation mit Vorbildern ist dadurch möglich, daß viele Professoren selbst Unternehmer sind und daß Gastvorträge Bestandteil der Lehre sind.<sup>659</sup> Andererseits weist Hills (1988) darauf hin, daß Realismus (d.h. die Schilderung der Härten des Unternehmersdaseins) letztlich zur Entmutigung führen kann.<sup>660</sup> Dem steht die Ansicht gegenüber, daß Realismus zur Beurteilung der eigenen Eignung für eine unternehmerische Tätigkeit zwingend erforderlich ist. Diese Selbsteinschätzung soll durch eine realitätsnahe Lehre in Entrepreneurship ermöglicht werden.<sup>661</sup>

Insgesamt belegen die erwähnten Studien die vertretenen Thesen kaum und stammen zum Teil noch aus den 80er Jahren. Daher wurde im Rahmen der Benchmarking-Studie versucht, die Ziele der besuchten Hochschulen im Hinblick auf die Ausbildung in Entrepreneurship zu ermitteln (Abbildung 32).

---

<sup>655</sup> Vgl. Solomon und Fernald (1991), S.37.

<sup>656</sup> Vgl. Ronstadt (1985), S.9f.

<sup>657</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.271.

<sup>658</sup> Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.405.

<sup>659</sup> Vgl. Ettinger und Fromont (1985), S.119; Vgl. McMullan und Long (1987), S.268f.

<sup>660</sup> Vgl. Hills (1988), S.113.

<sup>661</sup> Vgl. Oneal (1993), S.105.

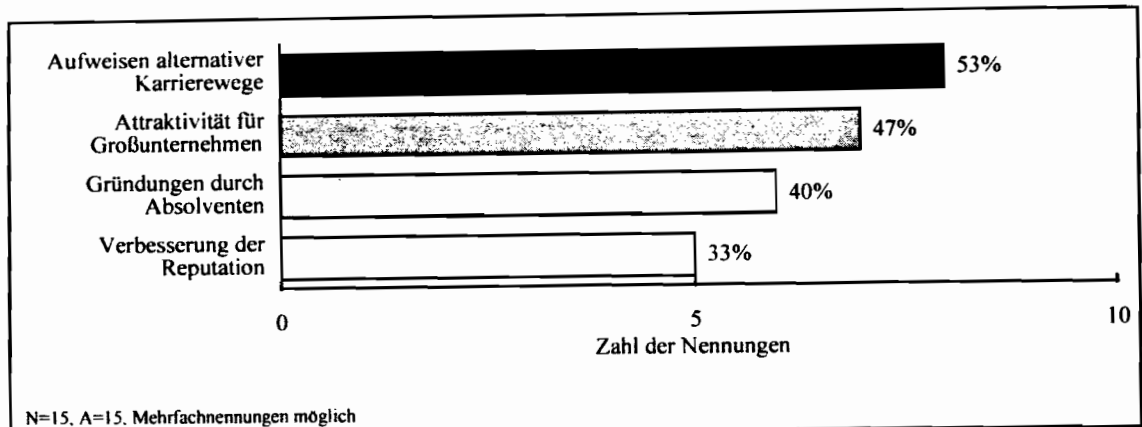


Abbildung 32: Ziele der Entrepreneurship-Ausbildung aus Sicht der Universitäten

Die im Rahmen der Benchmarking-Studie besuchten Hochschulen verfolgen mit der Entrepreneurship-Ausbildung neben der Eröffnung neuer Karrierewege für die Studenten (53% der besuchten Hochschulen) das Ziel, diese besser auf eine spätere Tätigkeit in einem Großunternehmen vorzubereiten (47%). Das explizite Ziel, eine hohe Zahl von Unternehmensgründungen durch Absolventen zu erreichen, wird ebenfalls häufig genannt (40%). Ein weiteres Ziel der Universitäten ist die Verbesserung ihrer Reputation durch eine gute Entrepreneurship-Ausbildung (33%).

Die Frage, welche Einstellung zur Selbständigkeit in den Kursen vermittelt werden soll, wird von den Befragten nicht eindeutig beantwortet. Einerseits soll ein realistisches Bild der Selbständigkeit gezeichnet werden (25% aller Befragten). Dem steht die Meinung gegenüber, daß die Begeisterung für eine selbständige Tätigkeit bei den Studenten geweckt werden sollte (22% aller Befragten).

## 2. Inhaltliche Ausrichtung des Lehrangebots in Entrepreneurship

Angesichts der Neuheit des Fachgebiets ist die inhaltliche Konzeption des Lehrangebots noch sehr uneinheitlich. Das Lehrangebot entstand an den meisten Hochschulen „auf einer ‘trial and error’ bzw. auf einer ‘as needed’-Basis“<sup>662</sup>. Es wird bis heute mit einer Vielzahl unterschiedlicher Konzepte experimentiert, die im Zeitablauf einem starken Wandel unterliegen.<sup>663</sup>

Es muß daher zunächst geklärt werden, ob Entrepreneurship überhaupt gelehrt werden kann und welche Inhalte (oder Fähigkeiten) in den entsprechenden Kursen vermittelbar sind. Daran anschließend wird ein Überblick über die verschiedenen inhaltlichen Ausrichtungen des Kursangebots in Entrepreneurship gegeben. Des Weiteren wird dargestellt, inwieweit das Lehrangebot aus den Ergebnissen der Entrepreneurship-Forschung abgeleitet ist.

### 2.1. Lehrbarkeit von Entrepreneurship

Laut Katz (1991) gibt es nur wenige fundierte Forschungsarbeiten, die sich mit der Frage beschäftigen, ob Entrepreneurship gelehrt werden kann. Eine abschließende

<sup>662</sup> Plaschka und Welsch (1990), S.53.

<sup>663</sup> Vgl. Hills (1985), S.117.

Beantwortung dieser Frage ist derzeit nicht möglich.<sup>664</sup> Eine stärkere Hinwendung der Forschung zu diesem Bereich wäre sinnvoll, um die Effektivität der eingesetzten Lehrmethoden und die Relevanz der vermittelten Inhalte besser beurteilen zu können.<sup>665</sup>

Es wird allgemein angenommen, daß es sowohl angeborene als auch lehrbare Fähigkeiten gibt, die ein Unternehmer benötigt.<sup>666</sup> Wie in den Ausführungen zum eigenschaftsorientierten Forschungsansatz bereits ausgeführt, sind die Ergebnisse von Studien zu den unternehmerischen Eigenschaften widersprüchlich. Es wird davon ausgegangen, daß analytische Fähigkeiten, Kreativitätstechniken und betriebswirtschaftliche Kenntnisse durch Ausbildung gefördert werden können.<sup>667</sup> Die Überprüfung einer Idee hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit und die Identifikation von Risiken können ebenfalls gelehrt werden. Diese qualitativen Aussagen sind allerdings kaum empirisch belegt. Es bleibt somit unklar, welche der zur erfolgreichen Unternehmensgründung erforderlichen Fähigkeiten tatsächlich erlernbar sind.

Upton, Sexton und Moore (1995) halten die Grundsatzdiskussion, ob Entrepreneurship gelehrt werden kann, für überholt, da inzwischen ein großes Lehrangebot besteht, das sich großer Nachfrage seitens der Studenten erfreut. Wenn man zahlende Studenten als mündige Nachfrager ansieht, die den Nutzen von Ausbildungsangeboten selbst einschätzen können, ist dies ein hinreichendes Indiz für die Sinnhaftigkeit der Veranstaltungen.<sup>668</sup>

## **2.2. Modelle der inhaltlichen Ausgestaltung der Entrepreneurship-Lehre**

Die Darstellung der inhaltlichen Ausgestaltung der Entrepreneurship-Kurse orientiert sich an dem auch der Beschreibung der Forschungsinhalte zugrunde liegenden Bezugsrahmen.

Die Inhalte der Lehre können zum einen den Phasen des unternehmerischen Prozesses entsprechen (prozeßorientierte Lehre), zum anderen können sie nach den verschiedenen Aggregationsniveaus der Betrachtung ausgerichtet sein (ebenenorientierte Lehre). Diese zwei Grundrichtungen werden im folgenden vorgestellt.<sup>669</sup> In der praktischen Ausgestaltung finden sich daneben Mischformen der beiden Modelle, so daß zudem ein kombinierter Ansatz dargestellt wird.

### ***2.2.1. Prozeßorientierte Lehre***

#### **2.2.1.1. Konzentration auf den Business Plan**

Der Business Plan ist ein schriftliches Dokument, das die Geschäftsidee zusammenfassend beschreibt und das geplante Vorgehen des Management-Teams zur Realisierung der Unternehmensziele enthält.<sup>670</sup> Anhand des Business Plans werden alle vor der Gründung erforderlichen Schritte systematisch durchdacht und das

<sup>664</sup> Vgl. Katz (1991b), S.87.

<sup>665</sup> Vgl. Katz (1991b), S.87 sowie Zeithaml und Rice (1987), S.50.

<sup>666</sup> Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.413; Vgl. Vickery, Pilkington und Read (1990), S. 115.

<sup>667</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.5.

<sup>668</sup> Vgl. Upton, Sexton und Moore (1995), S.1; Vgl. Ronstadt (1985), S.7.

<sup>669</sup> Vgl. hierzu und zu den folgenden Ausführungen Hills (1988), S.116f.

<sup>670</sup> Vgl. Timmons (1994), S.376; Vgl. Hoy (1995), S.152.

Wachstum des Unternehmens geplant.<sup>671</sup> Der Business Plan ist somit in der Umsetzungsphase des unternehmerischen Prozesses relevant und kann als Leitfaden herangezogen werden, wenn das Unternehmen tatsächlich gegründet wird.<sup>672</sup>

In der Praxis ist der Hauptzweck des Business Plans die Gewinnung von Kapitalgebern. Für die Ausbildung ist der Planungsprozeß, der zur Erstellung des Business Plans führt, an sich wertvoll, da er sicherstellt, daß alle zu berücksichtigenden Teilaspekte systematisch abgearbeitet und potentielle Risiken identifiziert werden.<sup>673</sup> An den meisten Business Schools ist die Erstellung eines Business Plans daher zentraler Bestandteil der Entrepreneurship-Ausbildung.<sup>674</sup> Die Kurse, in denen der Business Plan im Mittelpunkt steht, sind meistens entsprechend der Teilaufgaben bei der Erstellung des Business Plans strukturiert und schließen eine Abschlußpräsentation vor einer Jury mit ein.<sup>675</sup>

Es muß angemerkt werden, daß es auch kritische Stimmen gegen die starke Betonung des Business Plans in der Entrepreneurship-Lehre gibt. Es wird darauf hingewiesen, daß die detaillierte Ausarbeitung eines Business Plans angesichts des hohen Zeitbedarfs in vielen Fällen ein unnötig langes Festhalten an einer nicht umsetzbaren Gründungsidee bedeutet.<sup>676</sup> Der Business Plan sollte daher durch Machbarkeitsstudien ('feasibility studies') ersetzt werden, die für eine Vielzahl von Ideen erarbeitet werden und somit eine verfrühte Festlegung der Studenten auf eine einzelne Idee verhindern. Dieses Vorgehen regt zudem die Kreativität der Studenten an.<sup>677</sup> Ein weiterer Kritikpunkt ist, daß der Schwerpunkt häufig auf die Erstellung eines präsentationsreifen Dokuments und weniger auf die Erarbeitung von Inhalten gelegt wird. In diesen Fällen gleicht der Inhalt mehr einer „Werbebroschüre“ denn einer realistischen Analyse der Chancen und Risiken der zu gründenden Unternehmung. Dies widerspricht dem angestrebten Lerneffekt.<sup>678</sup>

### 2.2.1.2. Betrachtung des gesamten unternehmerischen Prozesses

Ein weitergehendes Konzept der Entrepreneurship-Lehre ist die Orientierung am gesamten unternehmerischen Prozeß, wodurch ein „ganzheitlicher Ansatz mit dynamischer Betrachtungsweise, der auch die Entwicklung der organisatorischen Strukturen und der Unternehmensphasen darlegt“<sup>679</sup>, erreicht wird. Dieses Konzept trägt der Tatsache Rechnung, daß die Anforderungen und Probleme, denen sich ein Unternehmer gegenüber sieht, in den verschiedenen Phasen der Unternehmensentwicklung stark divergieren.<sup>680</sup>

Im Rahmen der prozeßorientierten Konzeption der Lehre werden zunächst Veranstaltungen angeboten, die auf die Ideengenerierung und Identifizierung von

<sup>671</sup> Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.410.

<sup>672</sup> Vgl. DeNoble (1995), S.2f.

<sup>673</sup> Vgl. Burns (1989), S.266; Vgl. Hoy (1995), S.153f., Vgl. Timmons (1980), S.29; Vgl. Timmons (1994), S.376.

<sup>674</sup> Vgl. Bird (1993), S.28; Vgl. Hanks und Chandler (1994), S.653; Vesper (1993), S.9ff.

<sup>675</sup> Vgl. Hills (1988), S.113.

<sup>676</sup> Vgl. Ronstadt (1985), S.11f.

<sup>677</sup> Vgl. Ronstadt (1985), S.15.

<sup>678</sup> Vgl. Ronstadt (1985), S.12ff.

<sup>679</sup> Lück und Böhmer (1994), S.409f.

<sup>680</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.268.

Chancen abzielen. Die erarbeiteten Gründungsideen werden dann Machbarkeitsanalysen unterzogen. Erweist sich eine Idee als machbar, kann die Gründungsplanung einsetzen, die vorrangig die Elemente des oben dargestellten Business Plans umfaßt. Das prozeßorientierte Lehrkonzept schließt die auf die Umsetzung folgenden Phasen des Lebenszyklus mit ein. Auch das Management neu gegründeter Unternehmen und die Bewältigung des Wachstums werden in den Kursen behandelt.<sup>681</sup>

Der zuvor beschriebene Business Plan steht in diesem Konzept ebenfalls an zentraler Stelle. Es werden aber die im unternehmerischen Prozeß vor- und nachgelagerten Prozeßstufen mit einbezogen. Die Entwicklung einer eigenen Gründungsidee zur Marktreife wird bei diesem Konzept zum Teil über mehrere Semester hinweg verfolgt.<sup>682</sup> Praktika und Projekte ergänzen die in den Kursen vermittelten Inhalte um praktische Erfahrungen in Gründungssituationen.<sup>683</sup>

Dieser Ansatz sieht Entrepreneurship als integratives Fach an. Es wird kein neues Wissen in den funktionalen Disziplinen vermittelt, sondern das aus den Basiskursen bekannte Wissen wird beim Durchlaufen der verschiedenen Phasen je nach Bedarf in die Lehre integriert.

## **2.2.2. Ebenenorientierte Lehre**

Analog zur Forschung finden sich auch in der Entrepreneurship-Lehre Kurse, die an den Ebenen Umwelt, Unternehmen und Individuum ansetzen. In der Praxis dominieren die auf der Unternehmensebene angesiedelten funktional orientierten Kurse.

### **2.2.2.1. Umweltebene: Rahmenbedingungen**

Beispiele für Kursinhalte auf der Ebene der Umwelt sind die Behandlung der gesellschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen von Entrepreneurship sowie Analysen der Wirtschaftsstruktur. Diese Kurse finden sich jedoch nur sehr vereinzelt an den amerikanischen Hochschulen und haben allenfalls ergänzenden Charakter für die Lehre in Entrepreneurship.<sup>684</sup>

### **2.2.2.2. Unternehmensebene: Funktional orientierte Kurse**

Eine weitere Möglichkeit der inhaltlichen Ausrichtung der Entrepreneurship-Lehre ist die Orientierung an den klassischen Funktionsbereichen des Unternehmens.

Die Kurse der funktionalen Teildisziplinen werden im Hinblick auf die Entrepreneurship-Ausbildung dahingehend überarbeitet, daß der traditionell bestehende Fokus auf Großunternehmen<sup>685</sup> durch Aspekte ersetzt wird, die für neu gegründete Unternehmen relevant sind.<sup>686</sup> Die Kurse befassen sich dann mit Schnittstellen zwischen Entrepreneurship und den funktional orientierten Disziplinen. Beispiele für diese Art von Kursen sind 'Entrepreneurial Finance', 'Entrepreneurial Marketing', 'New Product Development', 'Venture Strategy' und 'Human Resources in Start-ups'.<sup>687</sup>

<sup>681</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.268.

<sup>682</sup> Vgl. Vesper (1993), S.4.

<sup>683</sup> Vgl. Zeithaml und Rice (1987), S.47.

<sup>684</sup> Vgl. Vesper (1993), S.9ff.

<sup>685</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.265; Vgl. Vickery, Pilkington und Read (1990), S.115.

<sup>686</sup> Vgl. Rice (1996), S.9ff.

<sup>687</sup> Neben den funktional orientierten Kursen bieten einige Hochschulen Kurse in Small Business Management und Intrapreneurship an. Diese sind ebenfalls den ebenenorientierten Kursen zuzuordnen.

Gegen die funktionsorientierte inhaltliche Ausrichtung der Lehre gibt es zwei Einwände: Erstens weisen neu gegründete Unternehmen zunächst keine funktionale Struktur auf, so daß die der Aufbauorganisation der Großunternehmen entsprechende funktionale Gliederung der Kurse in der Entrepreneurship-Lehre nicht angewendet werden sollte. Zweitens ist es fraglich, ob für eigenständige Kurse zu den Schnittstellen zwischen den funktionalen Disziplinen und Entrepreneurship die bisher erarbeiteten Forschungsergebnisse substantiell genug sind.<sup>688</sup>

### 2.2.2.3. Individuelle Ebene: Persönliche Fähigkeiten

Einzelne von den Universitäten ebenfalls dem Bereich Entrepreneurship zugerechnete Kurse beschäftigen sich mit Themen wie Verhandlungsführung, Führungsverhalten und Kreativitätstechniken, die der Ebene des Individuums zugeordnet werden können.<sup>689</sup> Diese Kurse haben wie die Kurse zur Unternehmensumwelt allerdings allenfalls ergänzenden Charakter für die Entrepreneurship-Lehre.<sup>690</sup>

### 2.2.3. Kombination von prozeßorientierter und ebenenorientierter Lehre

In der Praxis finden sich einige Hochschulen, die sowohl prozeßorientierte als auch ebenenorientierte Kurse anbieten.

## 2.3. Anforderungen an die Akzeptanz an der Hochschule

Die inhaltliche Ausrichtung der Lehre hängt unter anderem von der Akzeptanz ab, die das Fachgebiet an einer Hochschule genießt. Die gemäß den betriebswirtschaftlichen Funktionen strukturierten Business Schools können das interdisziplinäre Fachgebiet Entrepreneurship nicht ohne weiteres in die gegebene Department-Struktur einfügen. Die lange Tradition dieser Organisationsform macht einen Veränderungsprozeß an vielen Hochschulen sehr schwierig, da die Strukturen oftmals festgefahren sind. Eine stringente inhaltliche Konzeption des Fachs kann an vielen Hochschulen nicht implementiert werden, da dies am Widerstand der Professoren der klassischen Departments scheitert.<sup>691</sup> Eine funktionale Ausrichtung ist in diesen Fällen ein Kompromiß, der die Professoren der funktionalen Teildisziplinen mit einbezieht.

## 2.4. Koordinationsbedarf der Lehrinhalte

Art und Ausmaß des Koordinationsbedarfs zur Abstimmung der Lehrinhalte der Entrepreneurship-Kurse mit den Inhalten anderer Kurse unterscheiden sich für die drei vorgestellten inhaltlichen Konzepte:

1. Prozeßorientierte Lehre: Koordinationsbedarf besteht im Rahmen des prozeßorientierten Konzepts vor allem zwischen den Entrepreneurship-Kursen, die inhaltlich und zeitlich schlüssig aufeinander aufbauen müssen. Da auf Basiskenntnisse der funktionalen Disziplinen zurückgegriffen wird, müssen diese zeitlich vor dem Beginn der Entrepreneurship-Kurse angeboten werden.
2. Ebenenorientierte Lehre: Bei einer ebenenorientierten Ausrichtung des Lehrprogramms besteht zwischen den funktional orientierten Entrepreneurship-

<sup>688</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.267.

<sup>689</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.268.

<sup>690</sup> Vgl. Vesper (1993), S.9ff.

<sup>691</sup> Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.408; Vgl. McMullan und Long (1987), S.262.

Kursen und Kursen der funktionalen Disziplinen Koordinationsbedarf, da Redundanzen drohen (z.B. zwischen Marketing und Entrepreneurial Marketing). Insgesamt muß zudem sichergestellt werden, daß die Summe der in den funktionalen Entrepreneurship-Kursen vermittelten Lehrinhalte ein stringentes Lehrprogramm ergibt.

3. Kombination von prozeß- und ebenenorientierter Lehre: Die Ausgestaltung der Lehre als Kombination aus prozeßorientierten und ebenenorientierten Inhalten erfordert ein Höchstmaß an Koordination. Es müssen nicht nur die prozeßorientierten Entrepreneurship-Kurse untereinander und die funktionalen Entrepreneurship-Kurse mit den übrigen funktionalen Kursen koordiniert werden, sondern es muß zudem noch eine insgesamt sinnvolle zeitliche und inhaltliche Struktur des kombinierten Entrepreneurship-Programms erreicht werden.

## 2.5. Bedeutung der Entrepreneurship-Forschung für die Lehrinhalte

Insgesamt können die Lehrinhalte im Bereich Entrepreneurship als weitgehend von den Ergebnissen der Forschung losgelöst bezeichnet werden.<sup>692</sup> Es handelt sich in den meisten Fällen um die Vermittlung von praktischem Wissen durch Praktiker oder um die Integration von in anderen Disziplinen erworbenem Wissen.<sup>693</sup> Die Lehrbücher, die in den Entrepreneurship-Vorlesungen verwendet werden, verdeutlichen dies. Es handelt sich entweder um Fallstudien- bzw. Business-Plan-Sammlungen<sup>694</sup> oder um Veröffentlichungen, die nur am Rande die Entrepreneurship-Forschung als Basis der Lehre heranziehen.<sup>695</sup>

Die Tatsache, daß die Lehre in Entrepreneurship nur in geringem Maße auf Forschungsergebnissen basiert, kann angesichts der Defizite der Entrepreneurship-Forschung eher der mangelhaften Forschung denn den mangelhaften Lehrkonzepten zugeschrieben werden.<sup>696</sup> Bei einer weiteren qualitativen Verbesserung der Forschungsergebnisse besteht somit Potential, auch die Lehre in stärkerem Maße auf Forschungsergebnissen zu basieren und dadurch die Lehrqualität zu erhöhen.<sup>697</sup> Das Fehlen einer starken eigenen Wissensbasis wird allerdings relativiert, wenn man die ansonsten in der wirtschaftswissenschaftlichen Ausbildung fehlende Integration der in den einzelnen Fächern vermittelten Kenntnisse als zentrale Leistung der prozeßorientierten Entrepreneurship-Lehre ansieht.<sup>698</sup>

Die im Rahmen des prozeßorientierten Ansatzes gegebene Konzentration auf den Business Plan ist kaum aus spezifischer Entrepreneurship-Forschung abzuleiten. Die weiteren in einem prozeßorientierten Lehrkonzept enthaltenen Kurse (z.B. Identifikation von Chancen, Bewältigung des Wachstums) greifen zum Teil auf Entrepreneurship-Forschung zurück. Das hier bestehende Potential, die Lehre nachhaltig aus Forschungsergebnissen abzuleiten, kann erst dann verwirklicht werden,

<sup>692</sup> Vgl. Hanks und Chandler (1994), S.655; Vgl. Katz (1991b), S.88; Vgl. Vesper (1987), S.5.

<sup>693</sup> Vgl. Stevenson (1986), S.389.

<sup>694</sup> Ein Beispiel hierfür ist das Buch von Cadenhead und Smilor (1996): *Moot Corp - New Venture Modules*.

<sup>695</sup> Beispiele hierfür sind die beiden folgenden, weit verbreiteten Entrepreneurship-Lehrbücher: Vesper, K.H. (1994): *New Venture Experience* und Timmons, J.A. (1994): *New Venture Creation - Entrepreneurship for the 21st Century*.

<sup>696</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.5.

<sup>697</sup> Vgl. Sexton (1988), S.120.

<sup>698</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.6.



wenn die Entrepreneurship-Forschung substantiellere Ergebnisse zum unternehmerischen Prozeß liefert als bisher. Zur Zeit erfordert die inhaltliche Ausrichtung der Lehre auf den unternehmerischen Prozeß ein klares Bekenntnis zu einer stark praxisorientierten Lehre.

Die Entrepreneurship-Kurse im Rahmen des ebenenorientierten Ansatzes, die primär die Schnittstellen von Entrepreneurship zu den klassischen funktionalen Disziplinen (wie z.B. Entrepreneurial Finance, Entrepreneurial Marketing, etc.) behandeln, können auf spezifischen Forschungsarbeiten in diesen Bereichen beruhen. Die Kurse sind in stärkerem Maße als die prozeßorientierten Kurse aus Forschungsergebnissen abgeleitet. Es ist allerdings fraglich, ob genügend spezifisches Wissen besteht, um entsprechende Kurse zu rechtfertigen, und ob diese Kurse originären Entrepreneurship-Gehalt haben.<sup>699</sup>

## 2.6. Ergebnisse der Benchmarking-Studie

Im Rahmen der Benchmarking-Studie erweist sich der unternehmerische Prozeß als bevorzugte inhaltliche Ausrichtung der Lehre (30% aller Befragten). Dagegen halten nur 8% der Befragten eine ausschließlich ebenenorientierte Lehre für sinnvoll (Abbildung 33). Insbesondere die Aufnahme einer Vielzahl funktional orientierter Kurse wird von einigen Befragten als wenig sinnvoll angesehen, da angezweifelt wird, ob genügend inhaltliche Substanz vorhanden ist.

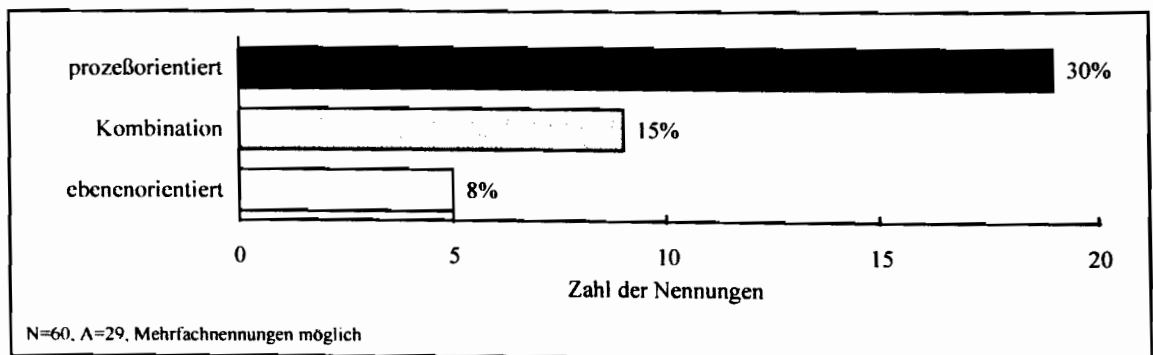


Abbildung 33: Empfehlenswerte inhaltliche Ausrichtung der Entrepreneurship-Lehre

Die Bezeichnung 'entrepreneurial' in Kombination mit einem funktionalen Kurs (z.B. Marketing, Finanzen, etc.) wird von einigen Befragten als „Etikettenschwindel“ bezeichnet, der von den Professoren betrieben werde, um die Popularität von Entrepreneurship unter den Studenten auszunutzen; originäre Inhalte oder Fähigkeiten würden in diesen Kursen aber kaum vermittelt.

Die Kombination beider Lehrinhalte wird von 15% der Befragten empfohlen. Allerdings wird darauf hingewiesen, daß in diesen Fällen aufgrund der Vielzahl angebotener Kurse ein hoher Koordinationsaufwand erforderlich ist, da sonst die Gefahr eines unkoordinierten Aktionismus gegeben ist.

<sup>699</sup> Vgl. Ronstadt (1985), S.20.

Das in Abbildung 34 dargestellte Portfolio charakterisiert die inhaltliche Ausrichtung des Lehrprogramms in Entrepreneurship an den 15 besuchten Business Schools.<sup>700</sup> Die Einordnung in das Portfolio erfolgt dabei anhand der Dimensionen „Anzahl der prozeßorientierten Kurse“ und „Anzahl der ebenenorientierten Kurse“.<sup>701</sup>

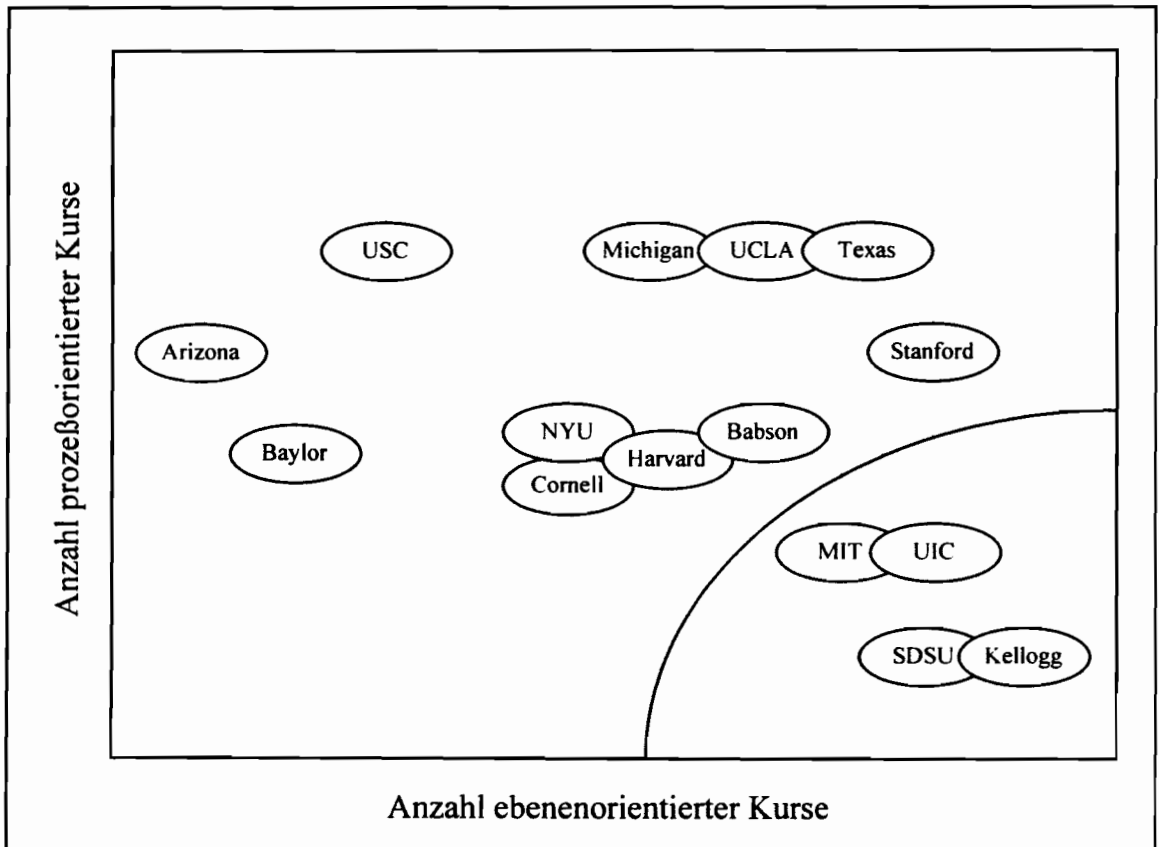


Abbildung 34: Inhaltliche Ausrichtung des Lehrangebots der besuchten Hochschulen<sup>702</sup>

Die drei vorgestellten Modelle der inhaltlichen Ausrichtung (prozeßorientiert, ebenenorientiert und kombiniert) lassen sich anhand dieses Portfolios klar identifizieren:

1. **Prozeßorientierte Lehre:** Drei Hochschulen bieten ein primär prozeßorientiertes Lehrprogramm an (USC, Arizona und Baylor). Bei diesen drei Hochschulen handelt es sich um Schulen, deren Gesamtprogramm kein besonders hohes Renommee

<sup>700</sup> Die Idee, die inhaltliche Ausrichtung der Entrepreneurship-Programme anhand eines Portfolios zu verdeutlichen, geht auf Plaschka und Welsch (1991), S.55ff. zurück.

<sup>701</sup> Die einzelnen Kurse der jeweiligen Hochschule sind in den Hochschulportraits in der Dokumentation (Band 2, Teil C) aufgeführt. Die hier vorgenommene Klassifizierung unterscheidet sich dabei von der in der Dokumentation wiedergegebenen Aufteilung in Kern- und Ergänzungskurse, die der Einschätzung der Hochschulen entspricht.

<sup>702</sup> Plaschka und Welsch (1991), S.65 schlagen ein ähnliches Portfolio vor. Eine Normierung bezüglich die Gesamtzahl der Studenten in den jeweiligen MBA-Programmen erfolgt nicht, da hier lediglich Tendenzaussagen getroffen werden sollen. Die relativ kleinen Programme von Arizona und Baylor wären bei einer solchen Normierung noch eindeutiger als prozeßorientierte Programme zu erkennen.

Die verwendeten Kurzbezeichnungen stehen für die folgenden Hochschulen: USC = University of Southern California, NYU = New York University, UCLA = University of California at Los Angeles, MIT = Massachusetts Institute of Technology, UIC = University of Illinois at Chicago, SDSU = San Diego State University, Kellogg = Northwestern University.

- genießt<sup>703</sup> und die sich primär einen Namen für ihre Entrepreneurship-Ausbildung gemacht haben.<sup>704</sup> Der Druck, Forschung zu betreiben besteht an diesen Hochschulen tendenziell in geringerem Maße als an anderen Hochschulen, so daß die Scheu vor einer praxisorientierten Lehre gering ist.
2. Ebenenorientierte Lehre: Vier Hochschulen bieten ein vorrangig ebenenorientiertes Lehrprogramm an (Kellogg, UIC, MIT und SDSU). Bei Kellogg kann dies darauf zurückgeführt werden, daß die Beschäftigung mit Entrepreneurship erst in jüngerer Zeit begonnen hat und die Implementierung eines primär funktional orientierten Lehrprogramms der Weg des geringsten Widerstands war. Das MIT verfolgt den ebenenorientierten Ansatz dagegen bewußt, da die Gründungsideen an dieser Hochschule im allgemeinen von Studenten der ingenieurwissenschaftlichen Disziplinen generiert werden und der Mehrwert der MBA-Studenten vor allem in den Kenntnissen des funktionalen Spezialwissens gesehen wird. Es wird kein Bedarf für Kurse zur Ideengenerierung gesehen, da Ideen reichlich vorhanden sind.
  3. Kombination von prozeß- und ebenenorientierter Lehre: Acht Hochschulen verfolgen bieten eine Kombination aus prozeß- und ebenenorientierten Kursen an. Vier dieser Hochschulen bieten sogar eine hohe Zahl beider Kursarten an (Michigan, Texas, Stanford und UCLA). Zwei dieser Hochschulen konzentrieren sich dabei primär auf den unternehmerischen Prozeß und sehen die übrigen Kurse als reine Ergänzungskurse an (Texas und Michigan). Zwei Hochschulen (Stanford und UCLA) haben angesichts des hohen Koordinationsbedarfs, den diese Programme aufgrund der Heterogenität der Kurse mit sich bringen, in den letzten Jahren Entrepreneurship-Zentren gegründet, die eine gute Abstimmung sicherstellen sollen.

Die von den Befragten empfohlene inhaltliche Ausrichtung auf den Gründungsprozeß ist somit an den Hochschulen nur zum Teil verwirklicht.

Die an den Business Schools vermittelten Lehrinhalte sind in den meisten Fällen nicht aus Forschungsergebnissen abgeleitet. 27% aller Befragten glauben, daß die Lehre völlig von der Forschung losgelöst ist, während 7% eine gewisse Forschungsgrundlage im Kursangebot erkennen. Vier der 16 Befragten, die die Lehrinhalte als von der Forschung losgelöst ansehen, sind der Meinung, daß sich dies in der Zukunft ändern wird.

### 3. Institutionalisation der Lehre in Entrepreneurship

In den folgenden Kapiteln wird dargestellt, in welcher Form die Lehre des Entrepreneurship an den amerikanischen Hochschulen organisatorisch verankert ist.

#### 3.1. Art der Hochschule und Ausbildungsniveau

##### 3.1.1. Wirtschaftswissenschaftliche vs. ingenieurwissenschaftliche Fakultäten

Unter den 370 amerikanischen Universitäten, die das Fach anbieten (Stand 1991), dominieren diejenigen mit Kursangeboten in wirtschaftswissenschaftlichen Studien-

<sup>703</sup> Keine der drei Hochschulen befindet sich unter den Top 20 Business Schools, Vgl. Byrne et al. (1996), S.29ff.

<sup>704</sup> Die drei Hochschulen befinden sich unter den Top 25 Entrepreneurship-Programmen, Vgl. Callan und Warsaw (1996), S.29ff.

gängen (351 Universitäten). Daneben wird Entrepreneurship an 32 Universitäten als Bestandteil ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge angeboten. Ungefähr 15 Universitäten bieten Entrepreneurship-Kurse in beiden Disziplinen an.<sup>705</sup> Im Vergleich zur von Vesper 1985 erarbeiteten Studie stieg die Anzahl der Business Schools mit Entrepreneurship-Ausbildung in einem Zeitraum von sechs Jahren von damals 210 Schulen um 67% an. Gleichzeitig ist die Anzahl der Engineering Schools von 39 Schulen um 17% auf 32 gefallen. Während der Trend zu Entrepreneurship-Kursen in den Business Schools ungebrochen ist, scheint die Ausbildung in den Engineering-Schools keinen vergleichbaren Aufschwung zu nehmen.<sup>706</sup>

Es liegen keine schlüssigen Untersuchungen darüber vor, ob die Ausbildung in Entrepreneurship eher an Business Schools oder an anderen Fakultäten erfolgen sollte. Die Hypothese, daß die Ausbildung gerade in ingenieur- und naturwissenschaftlichen Studiengängen bedeutend sein könnte, erscheint plausibel, da aus diesen Fakultäten innovative Gründungsideen zu erwarten sind. Sie ist aber anhand der vorliegenden empirischen Ergebnisse für die USA kaum zu belegen.<sup>707</sup>

### 3.1.2. Graduate- vs. Undergraduate-Ausbildung

Ein weiterer interessanter Aspekt ist die Frage, ob die Entrepreneurship-Ausbildung eher in Graduate- oder in Undergraduate-Programmen angesiedelt ist. Der Studienaufbau in den USA ermöglicht eine Undergraduate-Ausbildung in einer technischen Disziplin, gefolgt von einem wirtschaftswissenschaftlichen Studium auf Graduate-Niveau. Dies könnte für eine Ansiedlung der Entrepreneurship-Ausbildung auf Graduate-Niveau sprechen, da die Studenten dann zum Teil bereits technisches Know-how mitbringen, das als Basis für eine Gründungsidee dienen kann. Dieser Hypothese widerspricht allerdings die weite Verbreitung von Entrepreneurship-Kursen in den Undergraduate-Programmen amerikanischer Hochschulen (Abbildung 35).

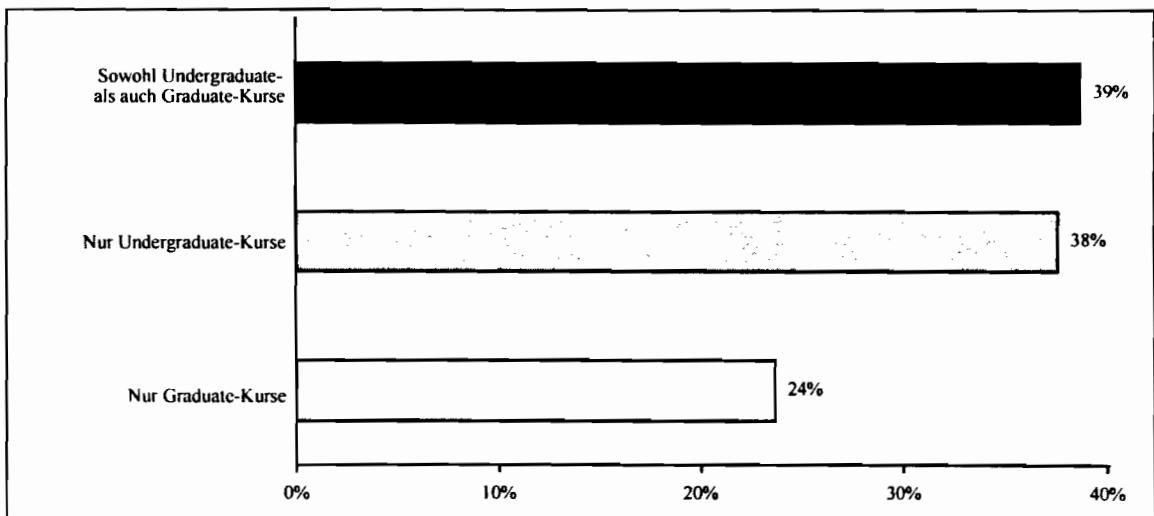


Abbildung 35: Kursangebot auf Graduate- und Undergraduate-Niveau<sup>708</sup>

<sup>705</sup> Vgl. Vesper (1993), S.3.

<sup>706</sup> Vgl. Vesper (1993), S.3.

<sup>707</sup> Eine dahingehende Aussage bei Lück und Böhmer (1994), S.407 ist nur sehr schwach belegt.

<sup>708</sup> Vgl. Vesper (1993), S.3.

38,7% der in der Studie von Vesper (1993) erfaßten Universitäten bieten Entrepreneurship-Kurse sowohl im Graduate- als auch im Undergraduate-Programm an. 37,6% bieten entsprechende Kurse nur im Undergraduate-Programm, 23,7% dagegen nur im Graduate-Programm an.<sup>709</sup> Entrepreneurship wird somit auf beiden Ausbildungsniveaus als sinnvoller Teil des Lehrangebots angesehen.<sup>710</sup>

### 3.2. Ausgestaltung des Kursangebots an den Hochschulen

#### 3.2.1. Anzahl der angebotenen Kurse

Die Zahl der an den Hochschulen angebotenen Kurse kann zwar als Indikator für das Ausmaß der Institutionalisierung der Disziplin verwendet werden, eine hohe Zahl von Kursen ist aber nicht mit einem inhaltlich stringenten Programm gleichzusetzen: Häufig werden dem Bereich Entrepreneurship Kurse zugerechnet, die kaum originäre Entrepreneurship-Lehrinhalte aufweisen.

Bei der Aufnahme des Fachs in das Lehrangebot wird zumeist mit einem einzigen Entrepreneurship-Kurs begonnen. Es handelt sich dabei häufig um eine allgemeine Einführungsveranstaltung, in der als Lehrmethoden die Erstellung eines Business Plans, Vorträge von Gastdozenten und die Behandlung von Fallstudien eingesetzt werden.<sup>711</sup> Dieser Kurs ist in der Vergangenheit oft der einzige Entrepreneurship-Kurs gewesen, den eine Business School anbot. Zudem war er nur selten mit den übrigen an der Business School angebotenen Kursen abgestimmt. Dies ist auch darauf zurückzuführen, daß der Kurs zumeist von einem Praktiker unterrichtet wurde.<sup>712</sup> Inzwischen wurde das Kursprogramm an den meisten Hochschulen durch die Aufnahme weiterer prozeß- und ebenenorientierter Kurse ausgeweitet.<sup>713</sup> Die Lehre wird häufig durch Praxisprojekte ergänzt.<sup>714</sup> Genaue Zahlen über die durchschnittliche Anzahl der an den amerikanischen Business Schools angebotenen Kurse sind nicht verfügbar

#### 3.2.2. Entrepreneurship als Vertiefungsfach

An einigen Universitäten kann Entrepreneurship als Vertiefungsfach ('concentration' oder 'major') belegt werden. In einer von Vesper (1993) vorgelegten Übersicht werden 51 Universitäten (14% aller Hochschulen mit Entrepreneurship-Kursen) als Anbieter eines „Entrepreneurship-Programms“ ausgewiesen.<sup>715</sup> Robinson und Haynes (1991) weisen ähnliche Werte aus, die sie als relativ niedrig bezeichnen. Sie leiten daraus den Schluß ab, daß die Anerkennung des Fachgebiets zwar gewachsen, daß aber noch keine Gleichstellung mit den traditionellen Disziplinen erreicht ist.<sup>716</sup>

Um Entrepreneurship als Vertiefungsfach zu belegen, müssen die Studenten meist vier bis fünf Pflichtkurse und eine bestimmte Zahl weiterer, fakultativer Entrepreneurship-Kurse belegen. Die Pflichtkurse können dabei als Kernkurse bezeichnet werden, deren

<sup>709</sup> Vgl. Vesper (1993), S.3.

<sup>710</sup> Dieser Befund wird auch durch eine Studie von Robinson und Haynes (1991), S.44ff. gestützt.

<sup>711</sup> Vgl. Vesper (1993), S.4; Vgl. Zeithaml und Rice (1987), S.48.

<sup>712</sup> Vgl. Plaschka und Welsch (1990), S.49; Vgl. Stevenson (1986), S.389.

<sup>713</sup> Vgl. Vesper (1993), S.4.

<sup>714</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.267; Vgl. Zeithaml und Rice (1987), S.48.

<sup>715</sup> Unter „Entrepreneurship-Programm“ faßt Vesper Vertiefungsbereiche in Form von 'concentration' und 'major' sowie Abschlüsse ('degrees') in Entrepreneurship. Vgl. S.3f.

<sup>716</sup> Vgl. Robinson und Haynes (1991), S.44.

Inhalte ausschließlich dem Bereich Entrepreneurship zuzurechnen sind. Bei den fakultativen Kursen handelt es sich zumeist um ebenenorientierte Ergänzungskurse, die sich mit den Schnittstellen zwischen Entrepreneurship und den klassischen funktionalen Disziplinen befassen.<sup>717</sup>

### **3.2.3. Integration in das Kerncurriculum der Hochschulen**

Es gibt nur an sehr wenigen Universitäten Entrepreneurship-Kurse, die für alle Studenten verpflichtend sind.<sup>718</sup> Auch die Inhalte der traditionellen, meist funktional orientierten Pflichtkurse haben in aller Regel kaum Bezug zum Bereich Entrepreneurship. Es gibt allerdings zur Zeit an einigen Universitäten Bestrebungen, das Fach Entrepreneurship über die schlüssige Zusammenfassung mehrerer Entrepreneurship-Kurse hinaus in das Kerncurriculum zu integrieren. Eine vom 'Center for Entrepreneurship' am 'Rensselaer Polytechnic Institute' veröffentlichte Studie beschreibt modellhaft das zu diesem Zweck an dieser Schule gewählte Vorgehen.<sup>719</sup>

Die Integration von Entrepreneurship in das Kerncurriculum erfordert eine hohe Akzeptanz der Entrepreneurship-Inhalte durch die in den traditionellen Disziplinen tätigen Professoren. Dies folgt aus der Tatsache, daß der Status von Entrepreneurship durch die Gleichstellung eine erhebliche Aufwertung erfährt und die Inhalte der funktionalen Kurse auf Überschneidungen geprüft und möglicherweise inhaltlich angepaßt werden müssen. Bei der Aufnahme eines Entrepreneurship-Kurses in den Fächerkanon der Pflichtkurse wird zudem möglicherweise ein traditioneller Kurs verdrängt.<sup>720</sup>

### **3.2.4. Professoren in der Entrepreneurship-Lehre**

An den meisten Universitäten gibt es nur einen einzigen Lehrstuhl in Entrepreneurship, der mit einem auch in der Forschung aktiven Professor besetzt ist.<sup>721</sup> Neben diesen Akademikern wird die Lehre vorrangig von Praktikern (d.h. durch Dozenten, die keinen PhD-Abschluß besitzen) durchgeführt. Diese bestreiten einen Teil ihrer Arbeitszeit mit Lehrtätigkeit an der Business School und besitzen den Status von 'Adjunct Professors' oder 'Lecturers'.<sup>722</sup>

Die Tatsache, daß die meisten Lehrkräfte Praktiker sind, wirkt sich insofern auf die Lehrinhalte aus, als daß diese sehr praxisorientiert sind.<sup>723</sup> Die Praktiker zählen zwar an vielen Universitäten zu den populärsten Dozenten<sup>724</sup>, haben aber weder die Zeit noch einen Anreiz, sich in der Forschung zu engagieren bzw. ihre Kursinhalte auf Forschungsergebnisse aufzubauen.<sup>725</sup>

<sup>717</sup> Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.409; Vgl. Vesper (1993), S.5.

<sup>718</sup> Die University of Illinois at Chicago ist eine der wenigen Schulen mit einem solchen Kurs. Vgl. zu diesem Thema Chusimir (1988), S.73.

<sup>719</sup> Vgl. Rice (1996), S.1ff.

<sup>720</sup> Vgl. Rice (1996), S.18; Vgl. Ronstadt (1985), S.18.

<sup>721</sup> Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund relevant, daß amerikanische Business Schools im Vergleich zu deutschen Hochschulen eine weitaus größere Zahl von Professorenstellen besitzen.

<sup>722</sup> Vgl. Rice (1996), S.4.

<sup>723</sup> Vgl. Lück und Böhmer (1994), S.408.

<sup>724</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.3

<sup>725</sup> Vgl. Stevenson (1986), S.389.

Es besteht keine eindeutige Meinung darüber, ob Praktiker oder Akademiker besser für die Lehre geeignet sind.<sup>726</sup> Einige wenige Schulen (wie Babson College und Stanford) streben daher an, die Entrepreneurship-Lehre in Zukunft verstärkt von Dozententeams durchführen zu lassen, die jeweils aus einem Praktiker und einem akademischen Professor bestehen ('team teaching'). Mit diesem Ansatz wird eine bessere Mischung aus wissenschaftlicher Fundierung und Praxisorientierung angestrebt.<sup>727</sup>

### 3.2.5. Lehrmethoden

Als Lehrmethoden in den Entrepreneurship-Kursen kommen das Erstellen von Business Plans, die Bearbeitung von Fallbeispielen, Vorträge von Gastdozenten, Vorlesungen und die Lektüre von Fachliteratur in Betracht.<sup>728</sup> Die Bedeutung von Vorlesungen und Fachliteratur wird dabei als gering eingeschätzt.<sup>729</sup> Sie kommen in der Entrepreneurship-Lehre in geringerem Ausmaß als in den anderen betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen zum Einsatz. Dies liegt neben dem stärkeren Praxisbezug des Fachgebiets vor allem am Fehlen einer hinreichenden theoretischen Basis und daran, daß die Vorlesungen im allgemeinen von Praktikern gehalten werden. Diese Einschätzung stimmt mit den Ergebnissen der Benchmarking-Studie überein.

### 3.2.6. Ergebnisse der Benchmarking-Studie

Die Zahl der an den 15 besuchten Business Schools angebotenen Entrepreneurship-Kurse liegt im Durchschnitt bei zehn Kursen, wobei die Anzahl an den einzelnen Hochschulen zwischen vier und 14 Kursen schwankt. Sie bieten im Durchschnitt fünf Kernkurse (mindestens drei, maximal sechs) und fünf Ergänzungskurse an (null bis maximal neun). Da ausschließlich führende Hochschulen besucht wurden, ist die Zahl der angebotenen Entrepreneurship-Kurse an diesen Universitäten vermutlich höher als im Durchschnitt aller amerikanischen Hochschulen.

An zehn der 15 besuchten Hochschulen (67%) kann Entrepreneurship im Graduate-Programm als Vertiefungsfach gewählt werden.<sup>730</sup> Auch hier ist der hohe Prozentsatz darauf zurückzuführen, daß ausschließlich führende Hochschulen besucht wurden. Zudem ist es ein Zeichen dafür, daß sich die Zahl der Hochschulen mit Vertiefungsfächern in Entrepreneurship in den letzten Jahren weiter erhöht hat. Die Zahl der Studenten, die Entrepreneurship als Vertiefungsbereich wählen, wird von den meisten Business Schools auf 20% bis 30% eines Jahrgangs geschätzt.

## 4. Erfolge der Lehre in Entrepreneurship

In Kapitel E.4.1 wird die Frage, wie Erfolge von Ausbildungsprogrammen gemessen werden können, zunächst allgemein dargestellt. In Kapitel E.4.2 werden die Ergebnisse empirischer Untersuchungen zum Erfolg der Entrepreneurship-Ausbildung an amerikanischen Business Schools diskutiert.

<sup>726</sup> Vgl. Katz (1991b), S.88.

<sup>727</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.268.

<sup>728</sup> Vgl. Vesper (1993), S.5.

<sup>729</sup> Vgl. Hills (1988), S.119.

<sup>730</sup> Ein ähnlich hoher Prozentsatz wurde auch bei der 29 Universitäten umfassenden Untersuchung der University of Oregon ermittelt. Vgl. o.V. (1996): *Benchmarks in Entrepreneurial Education*, S.6.

#### 4.1. Evaluation von Bildungsmaßnahmen

Zur Evaluation von Bildungsmaßnahmen sind bisher nur wenige brauchbare Lösungsansätze entwickelt worden. Im Idealfall sollte die Messung des Erfolgs einer Bildungsmaßnahme im Funktionsfeld, das heißt bei der Umsetzung des Erlernten, erfolgen. Gemäß dem Ebenenmodell von Kirkpatrick (1996) kann dies durch eine Messung der Ergebnisänderung oder durch eine Messung der Verhaltensänderung erfolgen (Abbildung 36).<sup>731</sup> Dies bringt allerdings Probleme hinsichtlich der Meßbarkeit und der Kausalität zur Ausbildungsmaßnahme mit sich.<sup>732</sup> Hilfsweise kann die Messung im Lernfeld erfolgen, was zwar einfacher durchführbar ist, aber nur bedingt Rückschlüsse über den Erfolg eines Transfers in die Praxis erlaubt. Im Lernfeld kann zum einen die Lernleistung (z.B. durch Prüfungen), zum anderen die Reaktion der Ausbildungsteilnehmer auf die Bildungsmaßnahme (z.B. durch Dozentenbeurteilungen) erhoben werden.

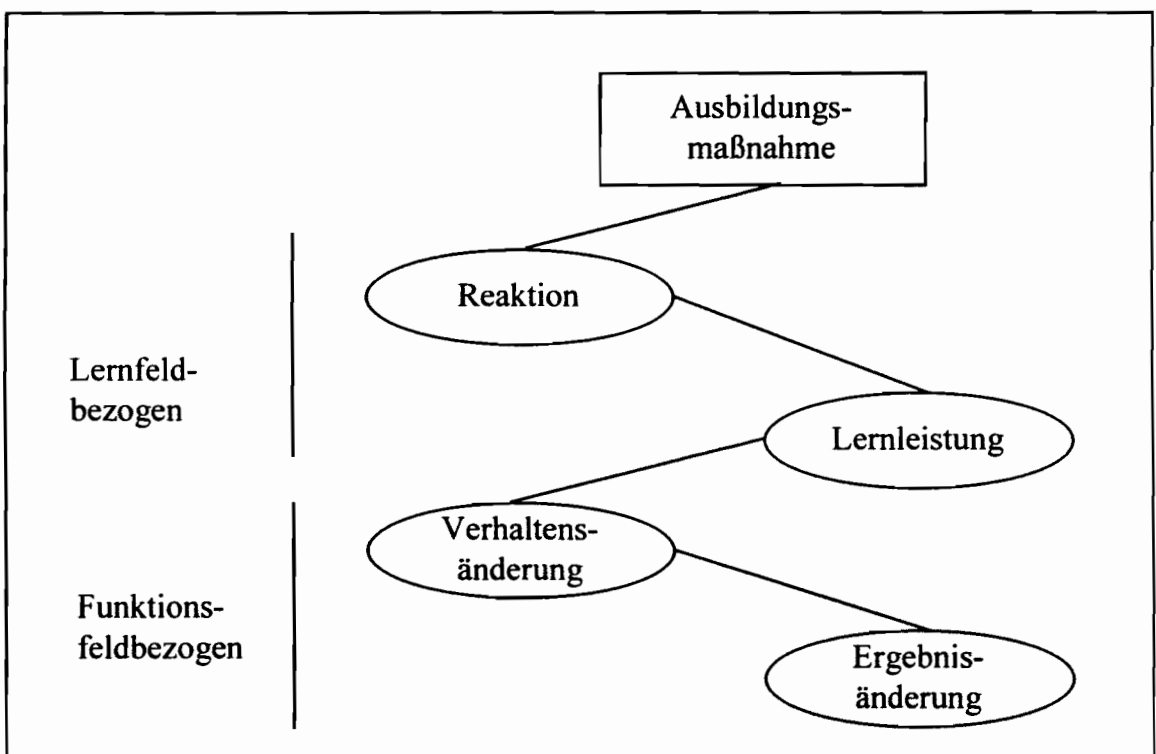


Abbildung 36: Das Ebenenmodell zur Evaluierung von Ausbildungsmaßnahmen nach Kirkpatrick<sup>733</sup>

Die Erfolgsmessung einer Entrepreneurship-Ausbildung müßte idealerweise den Erfolg (also die Ergebnisänderung aufgrund des Lerntransfers) der von Absolventen gegründeten Unternehmen erfassen, was sich aus verschiedenen Gründen als schwierig erweist. Hilfsweise kann eine indirekte Messung des Ausbildungserfolgs im Lernfeld vorgenommen werden. Die Beurteilung des Erfolgs der Bildungsmaßnahme im Lernfeld kann durch die Auswertung der Nachfrage der Studenten nach Entrepreneurship-Kursen und die Beurteilung der Dozenten durch die Studenten erfolgen. Dies ist jedoch aufgrund der unklaren Kausalität zum späteren Gründungserfolg problematisch.<sup>734</sup>

<sup>731</sup> Vgl. Kirkpatrick (1996), S.54f.

<sup>732</sup> Vgl. Ruschel (1995), S.302.

<sup>733</sup> Eigene Darstellung, basierend auf Kirkpatrick (1996), S.54f. und Ruschel (1995), S.302.

<sup>734</sup> Vgl. Thierau (1991), S.73.



## 4.2. Empirischer Befund

Insgesamt gibt es nur wenige empirische Studien, die sich mit dem Erfolg der Lehre in Entrepreneurship befassen. Die Ergebnisse dieser Studien sind zudem relativ unbefriedigend, so daß weiterer Forschungsbedarf besteht.<sup>735</sup>

### 4.2.1. Erfolgsermittlung im Lernfeld

Die Tatsache, daß das Kursangebot in den letzten Jahren stark ausgeweitet wurde und daß sich die Kurse starker Nachfrage erfreuen, kann als Indiz für eine äußerst positive Reaktion auf das Kursangebot gelten.<sup>736</sup> Entrepreneurship-Kurse erhalten zudem häufig die besten Bewertungen durch die Studenten.<sup>737</sup> Unter der Prämisse, daß Studenten in den USA als zahlende Kunden nur qualitativ hochwertige Ausbildungsangebote nachfragen, kann der Erfolg der Lehrangebote als hoch eingestuft werden.

Eine der wenigen Untersuchungen, in denen versucht wird, den in den Kursen erreichten Lernerfolg zu quantifizieren, stammt von Clouse (1990). Er versucht, die Veränderung in der Beurteilung von Gründungschancen durch Studenten, die Entrepreneurship-Kurse absolviert haben, anhand einer Gründungssimulation nachzuweisen und stellt eine signifikante Veränderung im Beurteilungsverhalten fest.<sup>738</sup> Ob dadurch allerdings der spätere Gründungserfolg steigt, kann nicht beurteilt werden.

### 4.2.2. Erfolgsermittlung im Funktionsfeld

Diejenigen Untersuchungen, die sich mit den Erfolgen von durch Entrepreneurship-Studenten gegründeten Unternehmen (Messung des Lerntransfers) beschäftigen, stoßen auf eine Reihe von Hindernissen:<sup>739</sup>

1. Die Ausbildung in Entrepreneurship ist nur ein Erfolgsfaktor für Unternehmensgründungen, so daß die Kausalität des Erfolges zur Ausbildungsmaßnahme fraglich ist. Um den Erfolg der Ausbildung zu beurteilen, müßte eine Kontrollgruppe zum Vergleich herangezogen werden. Diese müßte mit den Gründern in allen Charakteristika - mit Ausnahme der Ausbildung - übereinstimmen.
2. Es gibt keine einheitliche Definition von Entrepreneurship und folglich auch keinen Konsens darüber, was alles unter den Begriff „Entrepreneurship-Ausbildung“ zu fassen ist. Beispiele für Kurse, bei denen die Zuordnung problematisch ist, sind 'Franchising', 'Family Business' oder 'Corporate Venturing'.
3. Die Gründung eines eigenen Unternehmens erfolgt u.U. erst einige Jahre nach dem Hochschulabschluß, so daß längere Zeiträume betrachtet werden müssen.
4. Die Entrepreneurship-Ausbildung befindet sich erst in der Aufbauphase, so daß sich die einzelnen Kurse bzw. Programme im Zeitablauf stark verändern. Einige Programme und Kurse existieren erst seit kurzer Zeit, so daß eine Langzeitanalyse noch nicht möglich ist.

<sup>735</sup> Vgl. Sexton (1982), S.388.

<sup>736</sup> Vgl. Wyckham und Wedley (1990), S.56f.

<sup>737</sup> Vgl. Ivancevich (1991), S.1; Vgl. Vesper (1987), S.2.

<sup>738</sup> Vgl. Clouse (1990), S.45ff.

<sup>739</sup> Vgl. Upton, Sexton und Moore (1995), S.1f.

5. Die Operationalisierung des Parameters „Erfolg der Ausbildung“ ist problematisch. Gemäß McMullan und Long (1987) sollte der Erfolg der aus einem Entrepreneurship-Programm resultierenden Unternehmensgründungen anhand der Parameter Wachstum der gegründeten Firmen, Anzahl der geschaffenen Arbeitsplätze und Beitrag der Firmen zum Sozialprodukt gemessen werden.<sup>740</sup>
6. Es ist möglich, daß bei Studenten, die Entrepreneurship-Programme besuchen, von vornherein eine Selbstselektion erfolgt, so daß diese Studenten eher motiviert sind, unternehmerisch tätig zu werden, und auch ohne eine Entrepreneurship-Ausbildung einen größeren Erfolg als Unternehmer zu verzeichnen hätten.

Aufgrund der Vielzahl von Hindernissen ist es nicht verwunderlich, daß nur wenige Studien zur Messung des Erfolgs der Ausbildung in Entrepreneurship vorliegen. Diese beschränken sich zudem meist auf die Erfassung der Karriereentwicklung von Absolventen der Entrepreneurship-Kurse einer einzelnen Hochschule.

In der von Vesper (1993) vorgelegten Studie berichten die meisten der 370 Universitäten mit Entrepreneurship-Ausbildung von zwischen fünf und 20 bekannten Fällen pro Jahr, in den Studenten und Absolventen Unternehmen gegründet haben. Nur in Einzelfällen wurden sehr hohe Zahlen von Unternehmensgründungen berichtet.<sup>741</sup> Upton, Sexton und Moore (1995) befragten 173 Absolventen des Undergraduate-Programms in Entrepreneurship an der Baylor University (32% aller Absolventen). 32% der befragten Absolventen sind heute selbständig tätig, weitere 32% sind abhängig beschäftigt, während 27% in Familienunternehmen arbeiten.<sup>742</sup> Fast alle Befragten geben an, in der Zukunft ein eigenes Unternehmen führen zu wollen.<sup>743</sup>

Die Zufriedenheit von Hochschulabsolventen in der Selbständigkeit ist laut Stevenson (1983) höher als diejenige von abhängig Beschäftigten.<sup>744</sup> Diese Aussage basiert auf einer Umfrage unter Absolventen der 'Harvard Business School'. Diese Studie verdeutlicht zudem, daß eine Langzeitbetrachtung unerlässlich ist, da die Anzahl der Selbständigen erst einige Jahre nach Beendigung des Studiums stark ansteigt.<sup>745</sup> Hornaday und Vesper (1982) finden heraus, daß die Unzufriedenheit abhängig Beschäftigter besonders unter denjenigen groß ist, die Entrepreneurship-Kurse belegt hatten. Diese Gruppe von Absolventen zeigt auch eine größere Absicht, sich in Zukunft selbständig zu machen, als diejenigen, die während ihrer Ausbildung keine Entrepreneurship-Kurse belegt hatten.<sup>746</sup>

Die Resultate dieser Arbeiten können trotz der Probleme gewisse Anhaltspunkte hinsichtlich der Erfolgsaussichten der Entrepreneurship-Ausbildung geben. Die Aussage von Chusimir (1988), daß „Entrepreneurship-Ausbildung und unternehmerischer Erfolg zusammenhängen“<sup>747</sup> erscheint allerdings etwas gewagt.

<sup>740</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.265f.

<sup>741</sup> Vgl. Vesper (1993), S.3.

<sup>742</sup> Die übrigen Befragten sind zur Zeit Studenten bzw. nicht berufstätig.

<sup>743</sup> Vgl. Upton, Sexton und Moore (1995), S.4.

<sup>744</sup> Vgl. Stevenson (1983), S.236ff.

<sup>745</sup> Vgl. Duffy und Stevenson (1984), S.463; Vgl. Stevenson (1983), S.233ff.

<sup>746</sup> Vgl. Hornaday und Vesper (1982), S.530.

<sup>747</sup> Chusimir (1988), S.71.

### **4.2.3. Ergebnisse der Benchmarking-Studie**

Die Anzahl der Studenten, die zumindest einen Entrepreneurship-Kurs belegen, liegt an den besuchten Hochschulen im Durchschnitt bei 80% (mindestens 50%, maximal 100%). Die Popularität der Kurse ist somit sehr groß. Die Zahl der Studenten, die Entrepreneurship als Vertiefungsbereich wählen, kann von den meisten Universitäten nur geschätzt werden. Sie wird auf zwischen 20% und 30% eines Jahrgangs veranschlagt.

Entrepreneurship-Professoren zählen an vielen Universitäten nach Aussagen von Studenten zu den beliebtesten Professoren überhaupt (z.B. in Austin, UCLA, Kellogg und Stanford). Die Popularität der Entrepreneurship-Professoren wird durch die Tatsache unterstrichen, daß Business Week seit 1996 eine Rangliste der 'besten Entrepreneurship-Professoren' veröffentlicht.<sup>748</sup>

Die meisten der im Rahmen der Benchmarking-Studie besuchten Hochschulen verfügen nur über unbefriedigende Daten hinsichtlich der Anzahl von Absolventen gegründeter Unternehmen und deren Erfolg. Die Zahl der Studenten, die sich direkt nach Beendigung ihres Studiums selbständig machen, wird meist auf unter 5% veranschlagt. Die Zahl der Alumni, die entweder selbständig oder in kleinen und mittleren Unternehmen tätig sind, wird dagegen im Durchschnitt auf zwischen 30% und 40% geschätzt.

---

<sup>748</sup> Vgl. Leonhardt (1996), S.19 (Vgl. auch Band 2, Teil B, Kapitel 3).

## F. Netzwerk-Aktivitäten der Hochschulen

Neben Forschung und Lehre spielen amerikanische Hochschulen eine wichtige Rolle im Gründungsnetzwerk, das sie koordinieren und durch zahlreiche Aktivitäten bereichern. Nach einer Betrachtung von Netzwerken im allgemeinen und regionalen Gründungsnetzwerken im speziellen gibt Kapitel F.2 einen Überblick darüber, welche Rolle amerikanische Universitäten in Gründungsnetzwerken spielen. Kapitel F.3 beschreibt die Ausgestaltung des Netzwerks, wobei auf die Akteure und auf die Netzwerk-Aktivitäten der Business Schools eingegangen wird.

### 1. Grundlagen

#### 1.1. Netzwerke im allgemeinen

Der Begriff Netzwerk wird in unterschiedlichen Bereichen verwendet (z.B. in der Informationstechnologie, in der Politik, im Verkehr, in der Wirtschaft, etc.).<sup>749</sup> Unter einem sozialen Netzwerk wird im allgemeinen ein Beziehungsgefüge zwischen verschiedenen Akteuren verstanden, wobei das Handeln auf der individuellen Ebene (Mikroebene) durch die globale Netzwerkstruktur (Makroebene) beeinflusst wird und umgekehrt.<sup>750</sup>

Akteure in sozialen Netzwerken sind Personen, Personengruppen und Organisationen, wobei die Beziehungen zwischen den Akteuren unterschiedlich gestaltet sein können.<sup>751</sup> In Austauschnetzwerken stehen die Akteure in markt- bzw. wettbewerbsorientierten Beziehungen zueinander. Der Austausch involviert Ressourcen, Güter oder Dienstleistungen sowie Zahlungsmittel. In Kommunikationsnetzwerken werden Informationen ausgetauscht, ohne daß eine Transaktion stattfindet.

Der Zusammenschluß in einem Netzwerk muß jedem der Akteure Vorteile verschaffen. Der Nutzen, in einem Netzwerk integriert zu sein, muß die Kosten der zu leistenden Beiträge übersteigen (mikroökonomisches Kosten-Nutzen-Kalkül). Zwischen den Akteuren muß es zumindest eine teilweise Übereinstimmung der Ziele und Werte geben.<sup>752</sup> Des weiteren muß gegenseitiges Vertrauen zwischen den Akteuren bestehen, insbesondere dann, wenn keine vertraglichen Beziehungen mit festgelegten Sanktionsmechanismen vorliegen.

#### 1.2. Gründungsnetzwerke

Gründungsnetzwerke sind regionale Netzwerke, die aus wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Akteuren bestehen.<sup>753</sup> Funktion eines Gründungsnetzwerks ist

<sup>749</sup> Vgl. Sydow (1992), S.75. Laut Sydow ergibt eine Durchsicht der Literatur, daß nahezu jedes empirische Phänomen als Netzwerk betrachtet werden kann. Bellmann und Hippe (1996), S.14, weisen darauf hin, daß diese Vielfalt eine allgemeingültige Definition des Begriffs Netzwerk fast unmöglich macht.

<sup>750</sup> Vgl. Alba (1982), S.40; Vgl. Bellmann und Hippe (1996), S.14; Vgl. Mitchell (1969), S.2; Vgl. Sydow (1992), S.78.

<sup>751</sup> Vgl. Sydow (1992), S.78; Vgl. Dubini und Aldrich (1991), S.305.

<sup>752</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.60.

<sup>753</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.66; zum Begriff des regionalen Netzwerks Vgl. Sydow (1992), S.47ff.; McMullan und Long (1987) weisen auf die Bedeutung solcher Netzwerke für die regionale wirtschaftliche Entwicklung hin.

nicht allein der Vollzug von Unternehmensgründungen. Das Beziehungsgeflecht des Gründungsnetzwerks verstärkt vielmehr den unternehmerischen Antrieb (Motivationsaspekt), fördert die Ideengenerierung, unterstützt die Erstellung von Business Plans, verbessert den Zugang zu Ressourcen und erleichtert schließlich das Wachstum junger Unternehmen.<sup>754</sup> Die Netzwerkstruktur ermöglicht einen schnellen Transfer von Wissen und Technologien, von hochqualifizierten Arbeitskräften, von Kapital und von Management Know-how.<sup>755</sup>

Diese Definition eines Gründungsnetzwerks korrespondiert mit der dieser Arbeit zugrunde liegenden Definition von Entrepreneurship als Prozeß, der explizit die Ideenfindung und das Wachstum von Unternehmen beinhaltet. Gründungsnetzwerke fungieren dabei in erster Linie als Kommunikationsnetzwerke (permanenter informeller Austausch von Informationen ohne ökonomische Transaktion) und in zweiter Linie als Austauschnetzwerke (z.B. Austausch von Ressourcen in Form einer Venture-Capital-Beteiligung).

Gründungsnetzwerke bilden sich innerhalb vorhandener regionaler Wirtschaftsräume ('regional economies' oder auch 'clusters'<sup>756</sup>) und sind in der Regel durch eine informelle Struktur gekennzeichnet.<sup>757</sup>

Bei der Gründung von Unternehmen spielt das Netzwerk, auf das die Gründungsunternehmen zurückgreifen können, eine zentrale Rolle.<sup>758</sup> Der gesamte Prozeß des Entrepreneurship ist tief in einem Netzwerk verwurzelt, das die Verbindungen zwischen Unternehmer, Idee und Ressourcen determiniert.<sup>759</sup>

## 2. Rolle der Universitäten in Gründungsnetzwerken

In den USA haben sich zahlreiche regionale Zentren herausgebildet, in denen Gründungsnetzwerke besonders gut funktionieren. Als Beispiele hierfür werden in zahlreichen Publikationen das Silicon Valley südlich von San Francisco (Kalifornien), die Gegend um Boston (Massachusetts) sowie Austin (Texas) genannt.<sup>760</sup> Diese regionalen Zentren zeichnen sich durch einen schnellen Austausch von Ideen, von Know-how, von Kapital und sogar von Mitarbeitern aus.<sup>761</sup> Die Tatsache, daß in diesen Regionen führende Hochschulen (ingenieur- und naturwissenschaftlichen wie

<sup>754</sup> Vgl. Amit, Glosten und Muller (1993), S.822; Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.57.

<sup>755</sup> Vgl. Allesch (1993), S.117ff., Vgl. Denton (1997), S.2.

<sup>756</sup> Vgl. o.V. (1997): *Future Perfect?*, S.7; Vgl. Sabel (1989), S.17ff.

<sup>757</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.73.

<sup>758</sup> Vgl. Bygrave (1997), S.5; Vgl. Birley (1985), S.321; Vgl. Carsrud, Gaglio und Olm (1986), S.229; Vgl. Mugler (1993), S.156; Vgl. Spitzer und Ford (1989), S.438; Vgl. Vesper (1994), S.185.

<sup>759</sup> Vgl. Amit, Glosten und Muller (1993), S.822; Vgl. Carsrud, Gaglio und Olm (1986), S.229; Vgl. Dubini und Aldrich (1991), S.306.

<sup>760</sup> Vgl. Bania, Eberts und Fogarty (1993), S.761; Vgl. Bygrave (1997), S.5; Vgl. Bygrave und Timmons (1992), S.3; Vgl. Curran, Stanworth und Watkins (1986), S.95; Vgl. Denton (1997), S.2; Vgl. Kirchhoff und Phillips (1989), S.186; Vgl. o.V. (1997): *Future Perfect?*, S.7; Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.61; Vgl. Preston (1997), S.15; Vgl. Quattrone (1997), S.1; Vgl. Simon (1997), S.4.

<sup>761</sup> Vgl. Denton (1997), S.2, Vgl. o.V. (1997): *Future Perfect?*, S.8.

auch betriebswirtschaftlichen Hintergrunds) angesiedelt sind, deutet darauf hin, daß diese in den Gründungsnetzwerken eine zentrale Rolle spielen.<sup>762</sup>

Wie groß der Beitrag einer Universität sein kann, beschreibt eine Untersuchung der Bank of Boston, die die Bedeutung des Massachusetts Institute of Technology (MIT) untersucht. Die 4.000 von ehemaligen MIT-Studenten gegründeten Unternehmen haben laut dieser Studie bis heute rund 1,1 Mio. Arbeitsplätze geschaffen und erzielten 1996 einen Gesamtumsatz von \$232 Mrd.<sup>763</sup> An fast 25% dieser Unternehmensgründungen waren Absolventen der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät ('Sloan School of Management') beteiligt. Die Universität zeichnet sich dabei vor allem dadurch aus, Forschungsergebnisse als Patente anzumelden und diese in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren des Gründungsnetzwerks zur Marktreife zu bringen (Technologiekommerzialisierung).<sup>764</sup> Im Zeitraum von 1985 bis 1995 wurden im Durchschnitt 100 Erfindungen pro Jahr an Unternehmen lizenziert.<sup>765</sup>

## 2.1. Der Beitrag der Universitäten im Rahmen des Gründungsnetzwerks

Der Beitrag der Hochschulen erstreckt sich auf drei Bereiche: Technologische Innovationen, Ausbildung von Nachwuchskräften und Koordination des Netzwerks.

1. Unzählige technologische Innovationen stammen aus der Forschung, die an Hochschulen geleistet wird. Dies trifft vor allem auf die ingenieur- und naturwissenschaftlichen Fakultäten zu, deren enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaft einen schnellen Wissenstransfer ermöglicht (Technologiekommerzialisierung).<sup>766</sup>
2. Die Hochschulen bilden hervorragende Nachwuchskräfte aus, die später u.U. selber unternehmerisch tätig werden oder für andere Akteure des Netzwerks (z.B. Venture-Capital-Firmen) mit Entrepreneurship befaßt sind. Dazu zählen auch die wirtschaftswissenschaftlich ausgerichteten Schulen. Die Bedeutung einer Management-Ausbildung läßt sich anhand der Tatsache ermesen, daß das Scheitern von Unternehmen häufig auf schlechtes Management (und nicht etwa auf ein mangelhaftes Produkt) zurückzuführen ist.<sup>767</sup> An einigen Business Schools werden neben den bestehenden Graduate- und Undergraduate-Kursen in Entrepreneurship auch gesonderte Management-Weiterbildungskurse für Unternehmer angeboten.<sup>768</sup>
3. Die Hochschulen übernehmen die Funktion von Koordinationszentren, die durch ihre zahlreichen Netzwerk-Aktivitäten den Wissenstransfer verbessern, das Knüpfen von Kontakten ermöglichen (Kommunikationsnetzwerk) und Geschäftsbeziehungen anbahnen (Austauschnetzwerk).<sup>769</sup>

<sup>762</sup> Vgl. Brown (1984), S.136; Vgl. Bygrave (1997), S.7; Vgl. Denton (1997), S.2; Vgl. Parker und Zilberman (1993), S.98; Vgl. Quattrone (1997), S.1.

<sup>763</sup> Vgl. Bygrave (1997), S.7; Vgl. o.V. (1996): *MIT: The Impact of Innovation*, S.1ff.

<sup>764</sup> Vgl. Müller von Blumencron (1997), S.74.

<sup>765</sup> Vgl. Preston (1997), S.1.

<sup>766</sup> Vgl. Allesch (1993), S.117f.; Vgl. Bania, Eberts und Fogarty (1993), S.765, die zu dem Ergebnis kommen, daß der Erfolg der amerikanischen Informationstechnologie-Industrie weitgehend auf den Innovationsbeitrag amerikanischer Hochschulen zurückgeführt werden kann; Vgl. Merrifield (1987), S.280; Vgl. Quattrone (1997), S.1.

<sup>767</sup> Vgl. Hoch (1997), S.1; Vgl. Sage (1993), S.67; Vgl. May-Strobl und Paulini (1996), S.5.

<sup>768</sup> Vgl. McMullan und Long (1987), S.266; Vgl. Vesper (1994), S.188.

<sup>769</sup> Preston (1997), S.9 berichtet, daß aus dieser Funktion heraus bereits vor dem 2. Weltkrieg an der Harvard University und am MIT der Grundstein für die amerikanische Venture-Capital-Branche gelegt wurde.

## 2.2. Vorteile der Universitäten durch das Gründungsnetzwerk

Die Hochschulen ziehen auf verschiedene Art und Weise Nutzen aus ihrem Engagement im Gründungsnetzwerk. Dies gilt auch für die Studenten.

1. Die ingenieur- und naturwissenschaftlichen Fakultäten der führenden amerikanischen Universitäten finanzieren einen beachtlichen Teil ihres Gesamtbudgets aus der Kommerzialisierung von Forschungsergebnissen.<sup>770</sup> Dies ist angesichts der Verknappung staatlicher Forschungsgelder auch dringend notwendig.<sup>771</sup>
2. Die im Gründungsnetzwerk aktiven Akteure bilden eine Basis für empirische Forschung. Zum Beispiel wird an der Graduate School of Business der Stanford University seit einigen Jahren in Zusammenarbeit mit über 100 Gründungsunternehmen des Silicon Valley eine Langzeit-Studie zu Fragen der Gründungs- und Wachstumsfinanzierung sowie der Corporate Governance durchgeführt (Stanford Project on Emerging Companies).<sup>772</sup>
3. Die engen Beziehungen innerhalb des Netzwerks ermöglichen den Hochschulen eine praxisnahe Ausbildung. Gastredner können in reguläre Lehrveranstaltungen oder zu gesonderten Vorträgen eingeladen werden, um ihr Wissen und ihre Erfahrungen weiterzugeben. Zudem können sie als Vorbilder dienen.<sup>773</sup>
4. Viele Business Schools greifen bei ihrer Finanzierung auf die Netzwerk-Beziehungen zurück, allerdings nicht im Sinne einer Technologiekommerzialisierung, sondern in Form der Beschaffung von Stiftungskapital (insbesondere für die Entrepreneurship-Zentren).<sup>774</sup>

Die unternehmerisch interessierten Studenten profitieren von dem zusätzlich vermittelten Wissen und können im Netzwerk auf die Kontakte der Hochschule zurückgreifen. Die Studenten haben so die Möglichkeit, ohne ein existierendes Unternehmen (und sogar ohne konkrete Gründungsidee) die Netzwerk-Beziehungen der Hochschule für sich in Anspruch zu nehmen und auf dieser Grundlage ihr persönliches Netzwerk aufzubauen.<sup>775</sup>

## 3. Ausgestaltung der Gründungsnetzwerke

### 3.1. Netzwerk-Akteure

#### 3.1.1. Netzwerk-Akteure aus Sicht der Business Schools

Die Literatur nennt zahlreiche Akteure, die in den Netzwerken aktiv sind.<sup>776</sup> Dazu zählen Gründungsunternehmen, Universitäten, Technologiezentren, Forschungs-

<sup>770</sup> Vgl. Parker und Zilberman (1993), S.98, die zu dem Ergebnis kommen, daß die Stanford University im Jahr 1992 rund 7% ihres Forschungsbudgets durch eigenständige Technologie-Lizenzierung finanziert hat.

<sup>771</sup> Vgl. Brown (1984), S.136; Vgl. Parker und Zilberman (1993), S.87.

<sup>772</sup> Vgl. o.V. (1997): *Future Perfect?*, S.11.

<sup>773</sup> Vgl. Bygrave (1997), S.5; Vgl. Ettinger und Fromont (1985), S.119; Vgl. McMullan und Long (1987), S.268f.

<sup>774</sup> Vgl. Rice (1996), S.5.

<sup>775</sup> Vgl. DeNoble (1997), S.1.

<sup>776</sup> Vgl. Birley (1985), S.326ff.; Vgl. Bygrave (1997), S.5; Vgl. Denton (1997), S.2; Vgl. McMullan und Long (1987), S.261; Vgl. Mugler (1993), S.156; Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur*

einrichtungen, Unternehmens- und Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Rechtsanwälte, Industrie-, Handels- und Handwerkskammern, Kredit- und Finanzierungsinstitute sowie Einrichtungen der öffentlichen Gründungsförderung.

Universitäten sind grundsätzlich nur einer der Akteure in Gründungsnetzwerken. Da der Fokus der vorliegenden Diplomarbeit auf der Fragestellung liegt, welche Rolle die wirtschaftswissenschaftlichen Hochschulen durch ihre Forschung und Lehre im Bereich des Entrepreneurship einnehmen, wird das Netzwerk im folgenden ausschließlich aus Sicht der Business Schools beleuchtet. Abbildung 37 zeigt die am Netzwerk beteiligten Akteure.

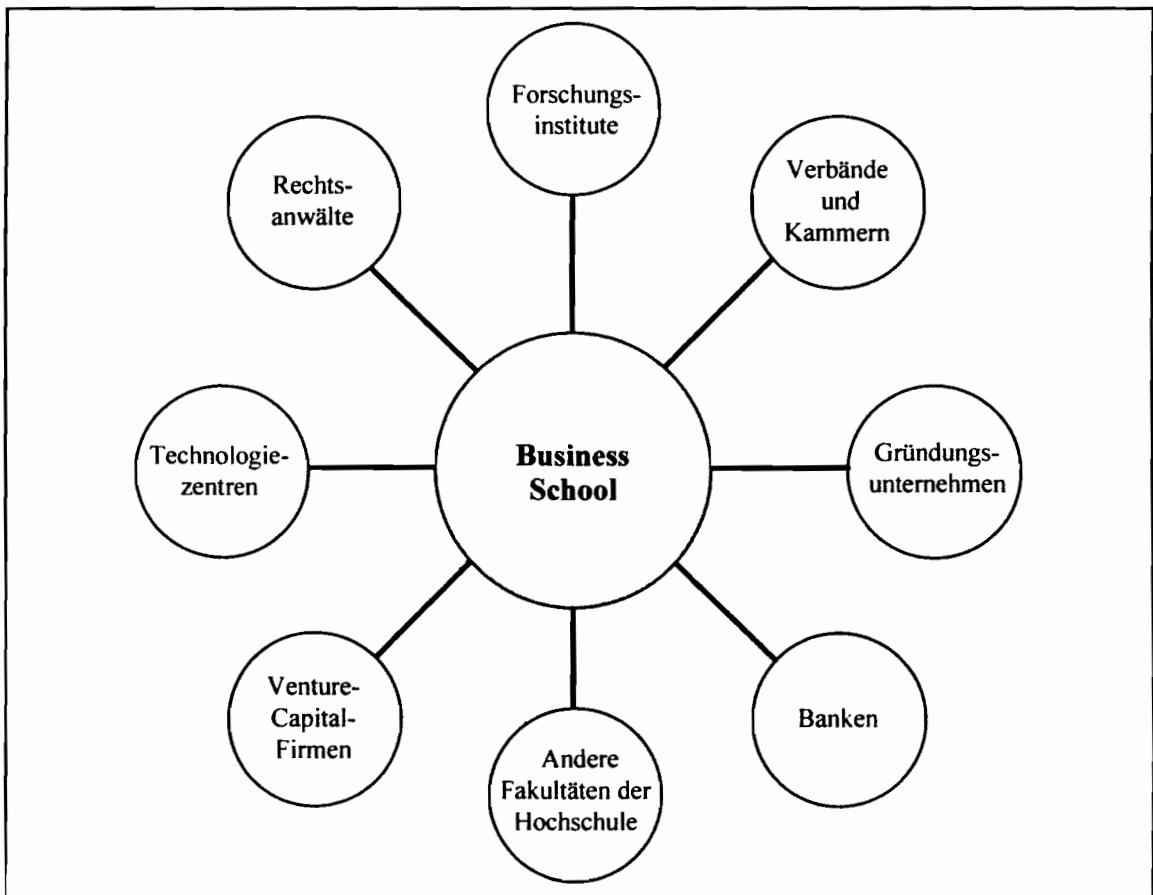


Abbildung 37: Das Gründungsnetzwerk aus Sicht der Business Schools<sup>777</sup>

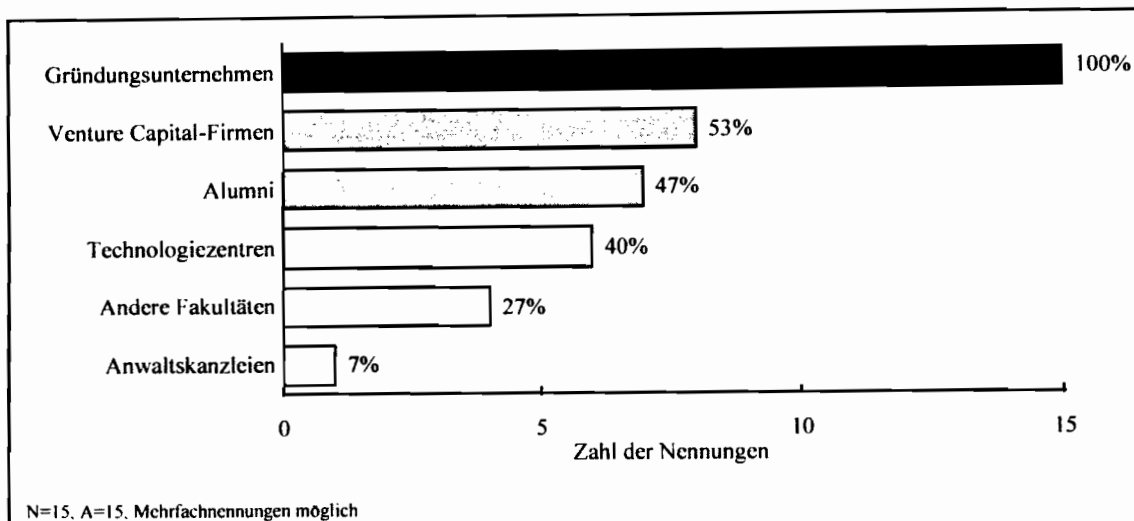
### 3.1.2. Ergebnisse der Benchmarking-Studie

Die Bildung eines Netzwerks wird von allen im Rahmen der Benchmarking-Studie besuchten Hochschulen als wesentliche Ergänzung der Forschung und Lehre in Entrepreneurship angesehen. Abbildung 38 zeigt, welche Akteure in den von den Business Schools koordinierten Gründungsnetzwerken eine Rolle spielen.

*Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.70ff., wo im Rahmen der Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen vergleichbare Akteure identifiziert werden; Vgl. Vesper (1994), S.184ff.; Vgl. Quattrone (1997), S.1; Vgl. Sonntag (1997), S.20.

<sup>777</sup> Die Abbildung suggeriert eine zentrale Rolle der Business Schools, was zu einem gewissen Grad gerechtfertigt ist und den Blickwinkel der vorliegenden Arbeit wiedergibt. Denton (1997), S.2, hingegen sieht in Regionen wie dem Silicon Valley eher die Venture-Capital-Firmen als zentrale Akteure.





**Abbildung 38:** Akteure in den von den Business Schools koordinierten Gründungsnetzwerken

Alle besuchten Hochschulen arbeiten mit lokalen Gründungsunternehmen zusammen (100%), mehr als die Hälfte (53%) mit Venture-Capital-Firmen. In der Befragung nennen 47% der Hochschulen Alumni, die weder in Gründungsunternehmen noch in Venture-Capital-Firmen arbeiten, als Akteure des Netzwerks. Diese sind vor allem etablierte selbständige Unternehmer. Offizielle Beziehungen zu Technologie- bzw. Gründungszentren bestehen an 40% der Business Schools.

Obwohl alle besuchten Business Schools Teil einer großen Universität sind, arbeiten nur 27% mit anderen Fakultäten der Universitäten zusammen. Die meisten Hochschulen sehen in der Zusammenarbeit von Studenten verschiedener Fakultäten zwar ein großes Potential, es wird aber gleichzeitig deutlich, daß noch kein gangbarer Weg zur Erschließung dieses Potentials gefunden wurde. Lediglich die 'Sloan School of Management' am MIT behauptet von sich, die Zusammenarbeit von Studenten verschiedener Fachrichtungen im Bereich Entrepreneurship gut zu handhaben.

## 3.2. Netzwerk-Aktivitäten

### 3.2.1. Netzwerk-Aktivitäten an den Business Schools

Die Aktivitäten der Business Schools im Gründungsnetzwerk sind vielfältig.<sup>778</sup> Grundsätzlich kann man Aktivitäten, die von offizieller Hochschulseite (z.B. seitens des Entrepreneurship-Zentrums) veranstaltet werden, von denen studentischer Gruppen unterscheiden.<sup>779</sup>

Die Netzwerk-Aktivitäten können in sieben Gruppen eingeteilt werden. Diese sind die Vermittlung und Betreuung von Praktika und Projekten, die Organisation von Gastvorträgen, die Veranstaltung von Konferenzen, Veranstaltungen zur Generierung von Gründungsideen, Business-Plan-Wettbewerbe, Mentor-Programme und Ehrenvereinigungen für Unternehmer.

<sup>778</sup> Die Verschiedenheit der Aktivitäten wird insbesondere aus den detaillierten Porträts der im Rahmen der Benchmarking-Studie besuchten Hochschulen ersichtlich (Vgl. Band 2, Teil C).

<sup>779</sup> Robinson und Haynes (1991), S.51 weisen explizit auf die Aktivitäten der Studentenschaft hin.

### 3.2.1.1. Vermittlung und Betreuung von Praktika und Projekten

Im Rahmen der stark praxisorientierten Entrepreneurship-Ausbildung nehmen Praktika und Projekte in Gründungsunternehmen einen wichtigen Rang ein. Die Praktika werden entweder direkt in Gründungsunternehmen oder bei anderen Akteuren (z.B. Venture-Capital-Firmen) absolviert.<sup>780</sup> In vielen Fällen führen die Praktika in Gründungsunternehmen zu einer festen Anstellung nach Ende des Studiums. Alternativ wird in der Regel auch die Arbeit an einem eigenen Gründungsprojekt anerkannt.<sup>781</sup> Hierbei kommt auch eine Zusammenarbeit mit Gründungs- bzw. Technologiezentren in Betracht. An einigen Hochschulen werden diese Praktika in Gründungsunternehmen durch Stipendien gefördert, da die jungen Unternehmen das für MBA-Studenten marktübliche Praktikumsgehalt in vielen Fällen nicht aufbringen können.

Der Netzwerk-Charakter der Vermittlung von Praktika und Projekten kommt auch darin zum Ausdruck, daß die Entrepreneurship-Zentren sich in der Kontaktvermittlung engagieren. In einigen Fällen existieren Datenbanken (z.B. am MIT), in denen alle Gründungsunternehmen und Personen mit Gründungsideen (v.a. Techniker oder Naturwissenschaftler ohne betriebswirtschaftliche Kenntnisse) vermerkt sind, die die Mitarbeit von MBA-Studenten im Rahmen eines studienbegleitenden Praktikums suchen. Zum Teil sind darin auch andere Akteure (z.B. Venture-Capital-Firmen) enthalten.

### 3.2.1.2. Organisation von Gastvorträgen

Die Akteure des Gründungsnetzwerks nehmen als Gastredner an Vorlesungen teil und vermitteln den Studenten als Vorbilder praktische Erfahrungen, Fachwissen, Realismus und Begeisterung.<sup>782</sup> In derartigen Veranstaltungen bieten sie einen Kontrast zu den stark auf Großunternehmen ausgerichteten traditionellen Disziplinen.<sup>783</sup>

### 3.2.1.3. Veranstaltung von Konferenzen

Die auf den Konferenzen im Bereich Entrepreneurship behandelten Themen erstrecken sich von Einzelaspekten (z.B. 'Annual Growth Capital Symposium' an der University of Michigan Business School) bis hin zu übergreifenden Fragestellungen des Entrepreneurship (z.B. 'Price - Babson College Fellows Program'). Die Teilnehmerschaft besteht aus den angesprochenen Akteuren des Netzwerks. Konferenzen betonen den Kommunikationsaspekt der Gründungsnetzwerke.

### 3.2.1.4. Veranstaltungen zur Generierung von Gründungsideen

Die informellen Veranstaltungen zur Generierung von Gründungsideen, die in der Regel von Studenten organisiert werden, haben den Charakter eines 'Brainstorming'. Ziel ist die Generierung möglichst vieler Gründungsideen, die in weiteren Diskussionsrunden erhärtet werden und die später zum Teil die Grundlage formaler Business Plans bilden. Betont wird also der erste Schritt des unternehmerischen Prozesses.

---

<sup>780</sup> Vgl. Bird (1993), S.28; Vgl. McMullan und Long (1987), S.287; Vgl. Zeithaml und Rice (1987), S.48.

<sup>781</sup> Vgl. Bird (1993), S.28.

<sup>782</sup> Vgl. ONeal (1993), S.105.

<sup>783</sup> Vgl. Ettinger und Fromont (1985), S.118f.

### 3.2.1.5. Business Plan-Wettbewerbe

Die Erstellung eines Business Plans ist an vielen Hochschulen ein wichtiger Bestandteil der Lehre in Entrepreneurship.<sup>784</sup> In den zugehörigen Wettbewerben wird die Präsentation der Geschäftsidee vor Investoren oder anderen Anspruchsgruppen geübt.<sup>785</sup>

Business-Plan-Wettbewerbe können auf Studenten der eigenen Fakultät beschränkt, für Studenten derselben Universität geöffnet (z.B. am MIT) oder auch national bzw. international ausgeschrieben sein (z.B. 'Moot Corp' an der University of Texas at Austin oder die 'Nasdaq Business Plan Competition' an der San Diego State University). Der Netzwerk-Charakter liegt hierbei vor allem darin, daß Vertreter der oben genannten Akteure als Jury und im Anschluß zum Teil als Mentoren (Kommunikationsnetzwerk) oder gar Investoren (Austauschnetzwerk) fungieren.<sup>786</sup>

### 3.2.1.6. Mentor-Programme

Im Rahmen von Mentor-Programmen werden Studenten über einen langen Zeitraum hinweg bei der Entwicklung ihrer Gründungsidee oder beim Aufbau ihres Unternehmens von erfahrenen Unternehmern betreut. Hier stehen die Vermittlung von Wissen und Erfahrung (Kommunikationsnetzwerk) sowie der Aufbau eines persönlichen Netzwerks im Vordergrund.

### 3.2.1.7. Weiterbildung für Unternehmer

Gesonderte Weiterbildungsprogramme für aktive oder werdende Unternehmer sind in den meisten Fällen wie andere Executive-Programme organisiert (z.B. Abend- und Wochenendkurse). Zielgruppen dieses Angebots sind neben Unternehmern auch Berufsgruppen, die mit diesen zusammenarbeiten (z.B. Investoren, Wirtschaftsprüfer, Unternehmensberater, Steuerberater, etc.).<sup>787</sup>

### 3.2.1.8. Ehrenvereinigungen für Unternehmer

Die Schaffung einer gesonderten Ehrenvereinigung für Unternehmer ist aus verschiedenen Gründen für die Business Schools von Interesse. Berufen werden Unternehmer, die sich durch großen Erfolg hervorgetan haben und die als fähig erachtet werden, den Studenten fachliche Aspekte des Entrepreneurship und die Begeisterung an der Selbständigkeit vermitteln zu können. Nicht zuletzt können die geehrten Unternehmer auch als großzügige Stifter auftreten.

## 3.2.2. Ergebnisse der Benchmarking-Studie

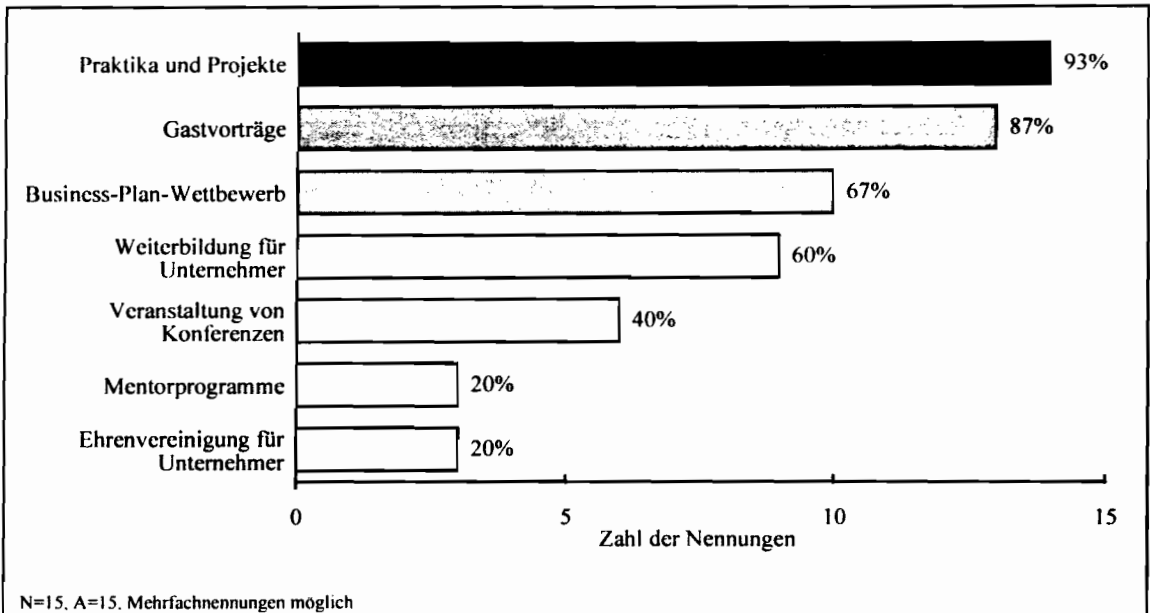
Sämtliche besuchten Business Schools sehen die Netzwerk-Aktivitäten als zentralen Bestandteil der Vermittlung von Entrepreneurship an. Abbildung 39 gibt einen Überblick über die Netzwerk-Aktivitäten der Business Schools, die im Rahmen der Benchmarking-Studie besucht wurden.

<sup>784</sup> Vgl. Hanks und Chandler (1994), S.653; Vgl. Hirn und Klusmann (1997), S.149; Vgl. Vesper (1993), S.9ff.

<sup>785</sup> Vgl. DeNoble (1997), S.1.

<sup>786</sup> Vgl. DeNoble (1997), S.1ff.; Vgl. Sonntag (1997), S.20.

<sup>787</sup> Vgl. Lück, Jung und Böhmer (1996), S.440.



**Abbildung 39:** Aktivitäten der Business Schools im Rahmen des Gründungsnetzwerks

93% der besuchten Business Schools bieten den Studenten gesonderte Möglichkeiten, Praktika und Projekte in Gründungsunternehmen durchzuführen. Vier Business Schools (Kellogg, Texas, Michigan und UCLA) haben hierfür gesonderte Stipendien eingerichtet (27%).

87% der Hochschulen organisieren regelmäßig (zum Teil sogar in fest umrissenen „Programmen“) Gastvorträge speziell im Bereich Entrepreneurship. Die Redner sind die im vorhergehenden Kapitel genannten Akteure (oder ein Vertreter davon). 60% der Business Schools bieten gesonderte Weiterbildungsprogramme für Unternehmer an. Ebenfalls 60% der Schulen nennen Business-Plan-Wettbewerbe als eine ihrer Netzwerk-Aktivitäten. Konferenzen im Bereich Entrepreneurship spielen ebenfalls eine wichtige Rolle (40% der Hochschulen).

Drei Hochschulen (20%) bieten den Studenten eine langfristige Betreuung durch Unternehmer im Rahmen von Mentor-Programmen an. Diese gilt insbesondere bei der Erstellung eines Business Plans als sehr wertvoll. Ebenfalls drei Business Schools (Babson, University of Arizona und University of Southern California) haben eine Ehrenvereinigung für Unternehmer geschaffen.

Veranstaltungen studentischer Organisationen ergänzen die Netzwerk-Aktivitäten seitens der Hochschule. Die studentischen Entrepreneurship-Organisationen spielen an zehn der 15 besuchten Business Schools eine wichtige Rolle und weisen zum Teil sehr hohe Mitgliederzahlen auf (z.B. ca. 70% aller MBA-Studenten an der UCLA). Dies untermauert die These, daß das studentische Interesse ein zentraler Grund für die rasch steigende Bedeutung des Bereichs Entrepreneurship war und ist.

## **G. Schlußfolgerungen für Deutschland**

Im folgenden Teil G wird in Kapitel G.1 zunächst ein Fazit zum Stand von Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin in den USA gezogen. Daran anschließend werden in Kapitel G.2 kurz die wesentlichen Aspekte dargestellt, die bei einer Übertragung der Entrepreneurship-Aktivitäten der amerikanischen Hochschulen nach Deutschland berücksichtigt werden müssen. Aufbauend auf das Fazit und die Schilderung der derzeitigen Situation in Deutschland stellt Kapitel G.3 die Schlußfolgerungen dar, die sich für die Forschung, die Lehre und die Netzwerk-Aktivitäten im Bereich Entrepreneurship an deutschen Hochschulen ergeben. Dabei wird jeweils auf inhaltliche und institutionelle Aspekte eingegangen.

### **1. Fazit zum Stand der Forschung und Lehre in Entrepreneurship in den USA**

Entrepreneurship ist für die USA und Deutschland von großer volkswirtschaftlicher Bedeutung. Innovation, Wirtschaftswachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen und somit der gesellschaftliche Wohlstand sind eng mit Entrepreneurship verknüpft. Die Beschäftigung mit dem Stand der Forschung und Lehre in Entrepreneurship an amerikanischen Hochschulen erscheint daher lohnenswert.

#### **1.1. Stand der Forschung**

##### ***1.1.1. Inhalte der Forschung***

Seit ungefähr zehn Jahren ist in den USA eine zunehmende Forschungstätigkeit im Bereich Entrepreneurship zu beobachten. Als interdisziplinäres Fachgebiet wird Entrepreneurship dabei von Forschern unterschiedlicher traditioneller Disziplinen behandelt. Neben Wirtschaftswissenschaftlern beschäftigen sich unter anderem Psychologen und Soziologen mit dem Fachgebiet.

Es gibt bislang keine Einigkeit über eine Definition des Entrepreneurship. Die prozeßorientierte Sicht, die Entrepreneurship als logische Abfolge der Phasen Ideenfindung, Umsetzung und Entwicklung ansieht, setzt sich jedoch mehr und mehr durch. In bezug auf die Forschungsinhalte dominierten in den 60er und 70er Jahren eigenschaftsorientierte Ansätze, in deren Zentrum die Person des Unternehmers steht. Seit Mitte der 80er Jahre kann ein Trend weg von eigenschaftsorientierten hin zu prozeßorientierten Studien festgestellt werden. Dieser geht einher mit der wachsenden Bedeutung ebenenübergreifender Untersuchungen, die neben dem Unternehmer Umweltaspekte und die Unternehmensebene mit einbeziehen. Insbesondere ebenenübergreifende und prozeßorientierte Forschungsarbeiten lassen Potential für originäre Forschungsergebnisse erkennen.

Die bisher geleistete Forschungsarbeit besteht aus einer Vielzahl von Partialanalysen. Diese sind weitgehend deskriptiv und weisen zum Teil methodische Mängel auf. Eine übergreifende Theorie des Entrepreneurship besteht bislang nicht. Vielfach wird die Ansicht geäußert, daß diese Defizite zu Beginn der Entwicklung jeder

wissenschaftlichen Disziplin bestehen. Entrepreneurship ist jedoch insgesamt gesehen bislang nicht als akademische Disziplin anerkannt.

### ***1.1.2. Institutionalisation der Forschung***

Die Institutionalisation der Entrepreneurship-Forschung ist als gut zu bezeichnen. An den Business Schools ist das Fach meist in Form eines Zentrums institutionalisiert. Es gibt ferner eine Vielzahl von Stiftungslehrstühlen, fachspezifische Konferenzen und einige akademische Entrepreneurship-Zeitschriften.

Ein zentrales Problem bei der Institutionalisation der Entrepreneurship-Forschung ist der Widerstand der in den traditionellen Teildisziplinen der Betriebswirtschaftslehre tätigen Professoren gegen eine Gleichstellung des Fachgebiets. Dieser Widerstand ist die Ursache für derzeit unzulängliche akademische Karrierewege für Nachwuchswissenschaftler in Entrepreneurship und die daraus resultierenden Probleme bei der Besetzung bereits finanzierter Entrepreneurship-Lehrstühle.

## **1.2. Stand der Lehre**

Entrepreneurship ist heute an allen führenden Business Schools der USA fester Bestandteil der betriebswirtschaftlichen Ausbildung. Ungefähr 80% der Studenten dieser Hochschulen wählen mindestens einen Entrepreneurship-Kurs.

Wesentliche Gründe für die Ausweitung des Kursangebots sind das große Interesse der Studenten, die geänderten Gegebenheiten auf dem Arbeitsmarkt und die Stiftungsangebote von Sponsoren. Die Ausbildungsziele der Hochschulen umfassen nicht nur die Gründung von Unternehmen durch Absolventen sondern auch die bessere Vorbereitung auf die Übernahme von Aufgaben in Großunternehmen.

### ***1.2.1. Inhalte der Lehre***

Die inhaltliche Ausgestaltung der Entrepreneurship-Ausbildung an den Hochschulen ist entweder am unternehmerischen Prozeß ausgerichtet oder funktional orientiert. Prozeßorientierte Kurse folgen dem Ablauf des Gründungsprozesses, während funktional orientierte Kurse Entrepreneurship aus Sicht der betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen vermitteln. In der praktischen Ausgestaltung finden sich ferner kombinierte Ansätze. Die Erarbeitung eines Business Plans spielt an allen Business Schools eine wichtige Rolle.

Die Lehre ist an sämtlichen Business Schools praxisorientiert und von den Ergebnissen der Entrepreneurship-Forschung weitestgehend losgelöst. Der wesentliche Mehrwert der Kurse wird in der Integration des in den funktionalen Teildisziplinen vermittelten Wissens gesehen.

### ***1.2.2. Institutionalisation der Lehre***

An allen führenden amerikanischen Business Schools umfaßt das Lehrangebot eine Vielzahl von Entrepreneurship-Kursen. Im Durchschnitt werden an jeder Hochschule ungefähr 10 solcher Kurse angeboten. An den meisten dieser Hochschulen ist es auch möglich, Entrepreneurship als Vertiefungsfach zu wählen. Pflichtkurse in

Entrepreneurship sind jedoch selten. Die in Entrepreneurship lehrenden Professoren sind in der Mehrzahl Unternehmer, die den Status eines 'Adjunct Professor' haben.

Die Lehrprogramme wurden häufig auf einer „Trial and Error“-Basis entwickelt. Da zudem bei der Implementierung Kompromisse mit den Professoren der traditionellen Disziplinen erforderlich waren, sind die bestehenden Lehrprogramme häufig inhaltlich nicht stringent aufgebaut. Insbesondere bei funktional orientierten Entrepreneurship-Kursen besteht die Gefahr des „Etikettenschwindels“, da die Inhalte sich häufig nicht substantiell von Kursen der klassischen betriebswirtschaftlichen Funktionenlehren unterscheiden.

Die Bewertung des Erfolgs der Entrepreneurship-Ausbildung ist, wie die Bewertung von Ausbildungsmaßnahmen im allgemeinen, schwierig. Die große Beliebtheit der Kurse seitens der Studenten, die an amerikanischen Hochschulen als zahlende Kunden behandelt werden, sowie die Tatsache, daß an vielen Business Schools langfristig ungefähr 30-40% der Alumni selbständig sind, legt jedoch eine positive Bewertung der Ausbildung nahe. Die Zahl der Absolventen, die sich direkt nach Beendigung des Studiums selbständig machen, darf kein Kriterium für den Erfolg der Entrepreneurship-Ausbildung sein.

### **1.3. Netzwerk-Aktivitäten**

Netzwerk-Aktivitäten sind integraler Bestandteil der Entrepreneurship-Aktivitäten der führenden amerikanischen Business Schools. Die Funktion dieser Netzwerke aus Sicht der Hochschulen ist es, den Studenten die Möglichkeit zur Bildung eines persönlichen Netzwerks zu geben und die Praxisnähe der Ausbildung zu sichern. Die Hochschulen nehmen dabei eine koordinierende Rolle wahr.

Im Rahmen der Netzwerk-Aktivitäten öffnen sich die Hochschulen einer Vielzahl von Akteuren aus dem mit Unternehmensgründungen befaßten Umfeld. Gründungsunternehmen und Venture-Capital-Firmen werden dabei an fast allen Business Schools mit einbezogen. Die Einbeziehung von Technologiezentren und Studenten ingenieur- und naturwissenschaftlicher Fachrichtungen wird zwar vielfach angestrebt, erweist sich in der Umsetzung jedoch als sehr schwierig.

Die Akteure des Gründungsnetzwerks leisten auf vielfältige Weise einen Beitrag. Im Vordergrund stehen die Zusammenarbeit bei Vorträgen, Praktika, Business-Plan-Wettbewerben und Konferenzen. Die offiziellen Aktivitäten der Hochschule werden dabei häufig durch mitgliederstarke Studenteninitiativen unterstützt.

## **2. Gegenwärtige Situation in Deutschland**

Bevor Schlußfolgerungen hinsichtlich der Einführung von Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin an deutschen Hochschulen gezogen werden können, muß zunächst kurz auf die Spezifika der deutschen Hochschullandschaft, die Gründungswilligkeit deutscher Hochschulabsolventen und den Stand der Forschung und Lehre in Entrepreneurship in Deutschland eingegangen werden.

## 2.1. Spezifika der deutschen Hochschullandschaft

Ein zentrales Charakteristikum der deutschen Hochschullandschaft ist die Verteilung der Lehre auf Universitäten und Fachhochschulen, die jeweils einen unterschiedlichen Anspruch an die Lehre stellen. Die tendenziell praxisorientierte Ausbildung der Fachhochschulen entspricht dabei eher der Lehre an den amerikanischen Business Schools, während die Aufgabe der deutschen Universitäten vorrangig die wissenschaftliche Betrachtung der relevanten Fragestellungen ist.<sup>788</sup> Praktiker werden nur selten in die Universitätsausbildung mit eingebunden. Auch Netzwerk-Aktivitäten sind im Vergleich mit den USA nur in sehr geringem Maße Bestandteil der von den Hochschulen wahrgenommenen Aufgaben. Die Beziehungen zu Alumni, die hier einbezogen werden können, sind im allgemeinen wenig ausgeprägt.

Das Hochschulwesen ist in Deutschland im Gegensatz zu den USA primär in staatlicher Hand. Es existieren lediglich einige wenige privat finanzierte Hochschulen. Das Eingehen auf Studenteninteresse, die schnelle Reaktion auf sich wandelnde Arbeitsmarkterfordernisse und die Möglichkeit, Aktivitäten der Hochschule über Stiftungen zu finanzieren, ist in geringerem Maße gegeben als in den USA.<sup>789</sup>

## 2.2. Gründungsneigung deutscher Hochschulabsolventen

Eine Studie der Deutschen Ausgleichsbank kommt zu dem Ergebnis, daß lediglich etwa 10% der von der dieser Institution geförderten Existenzgründer Hochschulabsolventen sind.<sup>790</sup> Relativ zu den jährlichen Absolventenzahlen ist die Zahl der Akademiker, die sich selbständig machen, sehr gering.<sup>791</sup> Nur wenige Hochschulabsolventen machen sich direkt nach Beendigung ihres Hochschulstudiums selbständig.<sup>792</sup> Im Durchschnitt liegen zwischen Studienabschluß und Beginn der Selbständigkeit zehn Jahre.<sup>793</sup>

Das Institut für Mittelstandsforschung (IfM, Bonn) schätzt, daß unter Hochschulabsolventen ein erhebliches Gründerpotential besteht.<sup>794</sup> Der Anteil der potentiell gründungswilligen Studenten wird dabei auf ca. 30% eines jeden Jahrgangs geschätzt.<sup>795</sup> Da die Inhalte der Lehre jedoch primär auf abhängige Beschäftigung in einem Großunternehmen ausgerichtet sind, wird Unternehmertum bislang durch die Hochschulausbildung nicht in ausreichendem Maße gefördert.<sup>796</sup> Insbesondere aufgrund des Befunds, daß eine Vielzahl von Insolvenzen auf Führungsfehler zurückgeht, ist der Mangel an Entrepreneurship-Ausbildung ein großes Problem.<sup>797</sup>

<sup>788</sup> Vgl. Lück, Jung und Böhmer (1996), S.443.

<sup>789</sup> Vgl. Carsrud (1991), S.71.

<sup>790</sup> Vgl. Richert und Schiller (1994), S.20.

<sup>791</sup> Vgl. Richert und Schiller (1994), S.20.

<sup>792</sup> Vgl. Richert und Schiller (1994), S.7

<sup>793</sup> Vgl. Hoch (1997), S.I; Vgl. Richert und Schiller (1994), S.8.

<sup>794</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.41.

<sup>795</sup> Vgl. Hoch (1997), S.I.

<sup>796</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.40.

<sup>797</sup> Vgl. Hoch (1997), S.I.; Vgl. May-Strobl und Paulini (1997), S.5; Vgl. Sage (1993), S.67.



### 2.3. Ansätze der Forschung und Lehre in Entrepreneurship in Deutschland

In Deutschland gibt es bereits seit längerer Zeit Gründungsforschung, die durch einzelne Professoren und universitätsunabhängige Forschungsinstitutionen wahrgenommen wird und die überwiegend wirtschaftspolitische Implikationen hat.<sup>798</sup> Hin-gegen ist die Beschäftigung mit Forschung in Entrepreneurship, die für einzelne Unter-nehmen relevant ist, insgesamt als sehr gering einzustufen.<sup>799</sup> Entrepreneurship-For-schung im Sinne der dieser Arbeit zugrunde liegenden Definition gibt es bislang kaum.

Die in den USA übliche Entrepreneurship-Ausbildung findet an deutschen Hoch-schulen derzeit so gut wie nicht statt.<sup>800</sup> Es gibt nur wenige Universitäten, die Lehrveranstaltungen in Entrepreneurship anbieten, darunter Köln, Dortmund und Kaiserslautern.<sup>801</sup> In Köln finden Veranstaltungen zum Thema Entrepreneurship in Form von fakultativen Vorlesungen, Übungen und Hauptseminaren statt.<sup>802</sup> In Dortmund wird ein praxisorientierter Kurs zum Thema Unternehmensplanung angeboten, in dessen Zentrum die Entwicklung eines Business Plans steht.<sup>803</sup> Die Universität Kaiserslautern bietet seit 1994 ein Existenzgründer-Training (Ex-Tra) an. Dieses nebenberufliche Ausbildungsprogramm soll Unternehmensgründungen fördern und richtet sich dabei in erster Linie an Studenten der Natur- und Ingenieur-wissenschaften, die bereits zukunfts-trächtige Produktideen entwickelt haben, denen jedoch betriebswirtschaftliche Kenntnisse fehlen. Neben der Vermittlung dieser Inhalte steht der Motivationsaspekt im Vordergrund.<sup>804</sup>

Bislang gibt es in Deutschland noch keine Lehrstühle in Entrepreneurship. In Dortmund sollen jedoch zwei derartige Lehrstühle eingerichtet werden.<sup>805</sup> Ferner plant das Bundeswirtschaftsministerium zur Zeit in Zusammenarbeit mit der Deutschen Ausgleichsbank die Einrichtung einiger Stiftungslehrstühle in Entrepreneurship.<sup>806</sup>

Einer der wenigen Ansätze von Netzwerk-Aktivitäten ist der 1996 von der Unternehmensberatung McKinsey & Company, Inc. in Kooperation mit Hochschulen in München und Berlin initiierte Business-Plan-Wettbewerb, der zum Ziel hat, aus erfolgversprechenden Ideen erfolgreiche Unternehmen zu machen. Durch die Einbindung von Hochschulen, Unternehmern und potentiellen Kapitalgebern wird versucht, ein Gründungsnetzwerk aufzubauen.<sup>807</sup>

Trotz dieser vereinzelt, zumeist erst seit kurzer Zeit bestehenden Aktivitäten ist festzuhalten, daß Entrepreneurship bislang an deutschen Hochschulen kaum etabliert ist. Im Vergleich zu den USA muß somit ein großer Nachholbedarf konstatiert werden.

<sup>798</sup> Z.B. das Institut für Mittelstandsforschung in Bonn.

<sup>799</sup> Vgl. Lück, Jung und Böhmer (1996), S.438. Dort findet sich auch eine Diskussion der im Rahmen der Gründungsforschung erzielten Forschungsergebnisse.

<sup>800</sup> Vgl. o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, S.40.

<sup>801</sup> Vgl. Lück, Jung und Böhmer (1996), S.440.

<sup>802</sup> Vgl. Lück, Jung und Böhmer (1996), S.440.

<sup>803</sup> Vgl. Vesper (1993), S.187.

<sup>804</sup> Vgl. o.V. (1997): *Werden Sie Unternehmer!*, S.79.

<sup>805</sup> Vgl. Lück, Jung und Böhmer (1996), S.440.

<sup>806</sup> Vgl. Hoch (1997), S.1.

<sup>807</sup> Vgl. Sonntag (1997), S.20; Vgl. Hoch (1997), S.1.

### **3. Schlußfolgerungen für Deutschland**

Die folgenden Schlußfolgerungen für Deutschland beziehen sich auf die Integration von Entrepreneurship in die Forschung und Lehre an wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten. Dies folgt dem amerikanischen Vorbild, da Entrepreneurship dort vorrangig an den Business Schools angesiedelt ist. Die Einbeziehung von Entrepreneurship in natur- und ingenieurwissenschaftliche Studiengänge ist ebenfalls möglich, wird jedoch im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht explizit untersucht.

#### **3.1. Schlußfolgerungen für die Forschung in Entrepreneurship**

##### **3.1.1. Inhalte**

Angesichts der Defizite der in den USA bislang geleisteten Forschungsarbeit erscheint ein breites Engagement in der Entrepreneurship-Forschung nicht gerechtfertigt. Vielmehr sollte die weitere Entwicklung dieser Forschungsrichtung abgewartet und eine Ausweitung der Forschungsaktivitäten erst bei weitergehender Anerkennung des Fachs als wissenschaftliche Disziplin erfolgen.

Wenn eine Hochschule sich dennoch entschließt, Entrepreneurship-Forschung zu betreiben, sollte sie sich selektiv auf einzelne Themen konzentrieren. Auf keinen Fall sollten eigenschaftsorientierte Ansätze verfolgt werden, da diese Forschungsrichtung mittlerweile weitgehend diskreditiert ist. Ebenenübergreifende und prozeßorientierte Forschungsarbeiten erscheinen für die Zukunft vielversprechender. Aufgrund der mangelnden Erfahrung mit dem Thema bietet sich die Teilnahme an internationalen Forschungsprojekten an, da so auf die Erfahrungen amerikanischer Forscher zurückgegriffen werden kann.

##### **3.1.2. Institutionalisierung**

Die Gründung eines Entrepreneurship-Zentrums ist die geeignete Form der Institutionalisierung des Fachgebiets. Das Zentrum hat die Aufgabe, die Forschungsarbeit zu koordinieren. Aufgrund der Interdisziplinarität sollten Forscher verschiedener Fachrichtungen in die Forschungsaktivitäten einbezogen werden. Hierbei können auch Forschungsprojekte zu Schnittstellenthemen zwischen Entrepreneurship und den funktional orientierten Disziplinen an Professoren der betriebswirtschaftlichen Funktionenlehren vergeben werden.

Die Institutionalisierung in Form von Lehrstühlen ist nicht zu empfehlen, da wie in den USA Besetzungsprobleme zu erwarten sind und da die Qualität der bisher geleisteten Forschung derzeit kein weitreichendes und auf einzelne Personen konzentriertes Forschungsengagement rechtfertigt.

#### **3.2. Schlußfolgerungen für die Lehre in Entrepreneurship**

##### **3.2.1. Inhalte**

Bei der Einführung der Entrepreneurship-Lehre in Deutschland kann auf die reichhaltige Erfahrung der amerikanischen Hochschulen zurückgegriffen werden, so daß die

Chance besteht, die in den USA vielfach zu konstatierenden Implementierungsmängel und den zu beklagenden „Etikettenschwindel“ von vornherein zu vermeiden.

Eine prozeßorientierte Lehrkonzeption erscheint am sinnvollsten, da mit dieser Ausrichtung die gewünschte Integration des in den funktional orientierten Lehrveranstaltungen vermittelten Wissens erreicht werden kann. Ein Business-Plan-Kurs sollte zunächst im Zentrum der Lehre stehen. Als weitere Kurse sind dem Business Plan vorgelagerte Kurse (z.B. Ideengenerierung und Machbarkeitsanalysen) sowie dem Business Plan nachgelagerte Veranstaltungen (z.B. Wachstumsmanagement) einzubeziehen.

Eine funktionale Ausrichtung der Entrepreneurship-Ausbildung ist nicht empfehlenswert, da das Ziel der Integration des in den funktional orientierten Teildisziplinen der Betriebswirtschaftslehre erworbenen Wissens verfehlt wird. Zudem rechtfertigen die bislang vorliegenden Forschungsergebnisse in den einzelnen Disziplinen eine entsprechende inhaltliche Ausrichtung nicht.

### ***3.2.2. Institutionalisierung***

Die Entrepreneurship-Lehre in den USA basiert faktisch nicht auf Forschungsergebnissen und stellt somit das der Praxis nahestehendste Fachgebiet einer ohnehin schon praxisorientierten Ausbildung dar. Dies läßt eine direkte Übertragung des amerikanischen Konzepts auf deutsche Universitäten problematisch erscheinen. Die Einführung von Entrepreneurship erscheint auf den ersten Blick eher auf Fachhochschulniveau angebracht. Entrepreneurship-Kurse sind jedoch auch an Universitäten eine sinnvolle Ergänzung des Lehrprogramms, wenn man den Mehrwert des Fachs in der Integration des in den funktionalen Disziplinen vermittelten Wissens erkennt. In jedem Fall erfordert die Einführung von Entrepreneurship ein Bekenntnis zu einer praxisnahen Lehre.

Entrepreneurship sollte vorrangig im Hauptstudium gelehrt werden, da so auf das im Grundstudium in den funktionalen Disziplinen vermittelte Wissen zurückgegriffen werden kann. Dieses Wissen wird in den Entrepreneurship-Kursen zu einem schlüssigen Ganzen integriert.

Die Einführung der Entrepreneurship-Lehre kann zunächst mit einem einzelnen Kurs erfolgen, in dessen Zentrum die Entwicklung eines Business Plans steht. Dieser Kurs stellt den Kern der prozeßorientierten Lehrkonzeption dar und kann dazu dienen, das Interesse der Studenten abzuschätzen bzw. zu wecken.

Bei positiver Reaktion seitens der Studenten sollte Entrepreneurship zu einem eigenständigen Wahlpflichtfach ausgebaut werden, das mehrere Kurse umfaßt. Die oben beschriebenen prozeßorientierten Kurse (Ideengenerierung, Machbarkeitsanalysen, Business Plan, Wachstumsmanagement) sollten dabei verpflichtend sein. Funktional orientierte Kurse können als fakultatives Lehrangebot ergänzend hinzukommen, falls Nachfrage seitens der Studenten und Angebot seitens der Professoren der funktionalen Disziplinen besteht (z.B. ein Kurs mit dem Schwerpunkt Venture Capital).

Die Einbeziehung von Praktikern in die Lehre ist unerlässlich. Der Ansatz des 'team teaching' (ein Akademiker und ein Praktiker leiten die Kurse gemeinsam) scheint dabei optimal, wobei das Finden eines geeigneten und harmonisierenden Teams nicht leicht ist. Auf keinen Fall sollte die Lehre durch einen Akademiker theoretisiert werden, da dies dem praxisnahen Charakter des Fachs widerspricht. Die Lehre sollte eher durch einen Praktiker erfolgen. Dabei ist darauf zu achten, daß eine Integration des Spezialwissens vor dem Hintergrund der Praxiserfahrung des Dozenten erfolgt und daß nicht lediglich „Anekdoten aus dem Leben eines Unternehmers“ erzählt werden.

Die Aufnahme von Entrepreneurship in das Lehrprogramm deutscher Hochschulen wird somit befürwortet. Die Hochschulen sollten allerdings nicht den Fehler begehen, den Erfolg der Lehre an der Zahl der Absolventen fest zu machen, die direkt nach Abschluß des Studiums ein Unternehmen gründen. Eine hohe Zahl selbständiger Absolventen ist erst einige Jahre nach Beendigung des Studiums zu erwarten. Als kurzfristige Indikatoren für den Erfolg der Lehre in Entrepreneurship sollten das Interesse der Studenten an den angebotenen Kursen sowie Dozentenbewertungen durch die Studenten herangezogen werden.

### **3.3. Schlußfolgerungen für Netzwerk-Aktivitäten**

Netzwerk-Aktivitäten müssen auch in Deutschland integraler Bestandteil der Entrepreneurship-Aktivitäten der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten sein. Hierbei kann dem amerikanischen Vorbild uneingeschränkt gefolgt werden.

Unternehmer und Venture-Capital-Firmen sollten auf jeden Fall in das Netzwerk einbezogen werden. Kooperationen mit Gründungszentren und die Einbeziehung von Studenten anderer Fachrichtungen sind grundsätzlich wünschenswert. Die amerikanische Erfahrung zeigt allerdings, daß die erfolgreiche Implementierung einer derartigen Zusammenarbeit außerordentlich schwierig ist. Sie sollte daher nur an großen Hochschulen, an denen die entsprechenden Fakultäten auf einem Campus angesiedelt sind, angestrebt werden und bedarf erheblicher Anstrengungen bei der Implementierung.

## H. Literaturverzeichnis

**Abdnor, J.** (1988): *The spirit of entrepreneurship*, Journal of Small Business Management, 1, S.1-4.

**Abell, D.F.** (1980): *Defining the business: The starting point of strategic planning*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.

**Abell, D.F. und Köllermeier, T.** (1993) (Hrsg.): *Dynamic entrepreneurship in Central and Eastern Europe*, EFER.

**Acs, Z.J.** (1996): *Small firms and economic growth*, in: Acs, Z.J., Carlson, B. und Thurik, R. (Hrsg.): *Small business in the modern economy*, Blackwell Publishers, S.1-62.

**Acs, Z.J. und Audretsch, D.B.** (1988): *Innovation in large and small firms: An empirical analysis*, American Economic Review, 78, S.678-690.

**Acs, Z.J., Carlson, B. und Thurik, R.** (1996): *Small business in the modern economy*, Blackwell Publishers.

**Alba, R.D.** (1982): *Taking stock of network analysis: A decade's result*, in: Bacharach, S.B. (Hrsg.): *Research in the sociology of organizations*, Vol.1, JAI Press Inc., Greenwich, Conn., S.39-74.

**Albach, H.** (1987): *Geburt und Tod von Unternehmen*, IfM-Materialien Nr.55, Institut für Mittelstandsforschung.

**Albach, H.** (1997): *Rahmenbedingungen für Existenzgründungen in Deutschland*, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 67. Jahrgang, S.441-451.

**Albach, H. und Dahremöller, A.** (1986): *Der Beitrag des Mittelstandes bei der Lösung von Beschäftigungsproblemen in der Bundesrepublik Deutschland*, IfM-Materialien Nr. 40, Institut für Mittelstandsforschung, Bonn.

**Albach, H., Bock, K. und Warnke, T.** (1985): *Kritische Wachstumsschwellen in der Unternehmensentwicklung*, Schriften zur Mittelstandsforschung, Nr.7 NF, C.E. Poeschel Verlag, Stuttgart.

**Aldrich, H.E.** (1990): *Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates*, Entrepreneurship Theory and Practice, 14(3), S.7-24.

**Aldrich, H.E. und Waldinger, R.** (1990): *Ethnicity and Entrepreneurship*, Annual Review of Sociology, 16, S.111-135.

**Aldrich, H.E. und Zimmer, C.** (1985): *Entrepreneurship through social networks*, in: Sexton, D. und Smiler, R.: *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing, Cambridge Massachusetts, S.3-23.

**Allen, D.N.** (1985): *An entrepreneurial marriage: Business incubators and startups*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.38-60.

- Allen, D.N. und McCluskey, R.** (1990): *Structure, Policy, Services, and Performance in the Business Incubator Industry*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(2), S.61-78.
- Allesch, J.** (1993): *The role of supporting institutions*, in: Abell, D.F. und Köllermeier, T. (Hrsg.): *Dynamic entrepreneurship in Central and Eastern Europe*, EFER, S.117-121.
- Amit, R. und Muller, E.** (1996): *"Push"- und "Pull"-Unternehmertum*, *Internationales Gewerbearchiv*, S.1-14.
- Amit, R., Glosten, L. und Muller, E.** (1993): *Challenges to theory development in entrepreneurship research*, *Journal of Management Studies*, S.815-834.
- Ardishvili, A. und Cardozo, R.** (1994): *Studying the product-market strategies of growing businesses: A case study approach*, in: Bygrave, W.D. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.212-222.
- Bacharach, S.B.** (Hrsg.) (1982): *Research in the sociology of organizations*, Vol.1, JAI Press Inc., Greenwich, Conn.
- Bagby, R.D.** (1991): *Entrepreneurship Journals: Who determines quality?*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.667-680.
- Balzer, A. und Wilhelm, W.** (1997): *Platzangst in Europa*, Interview mit Werner G. Seifert, *managermagazin*, 7/1997, S.119-123.
- Bania, N., Eberts, R. und Fogarty, M.** (1993): *Universities and the Start-up of New Companies: Can we generalize from Route 128 and Silicon Valley?*, *Review of Economics and Statistics*, 75, S.761-766.
- Banks, M.C. und Taylor, S.** (1991): *Developing an entrepreneur- and small business owner-defined research agenda*, *Journal of Small Business Management*, 29(2), S.10-19.
- Barreto, H.** (1989): *The entrepreneur in microeconomic theory*, Routledge, New York.
- Baum, R.J.** (1995): *The relation of traits, competencies, motivation, strategy, and structure to venture growth*, in: Bygrave, W.D. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.547-561.
- Baumol, W.J.** (1968): *Entrepreneurship in economic theory*, *American Economic Review (Papers and Proceedings)*, 58, S.64-71.
- Begley, T.M. et al.** (1997): *The relationship between socio-cultural dimensions and interest in starting a business: A multicountry study*, Working Paper, Northeastern University, Boston.
- Begley, T.M. und Boyd, D.P.** (1987): *Psychological characteristics associated with venture performance in entrepreneurial firms and smaller businesses*, *Journal of Business Venturing*, 2(1), S.79-93.

- Behrman, J.N. und Levin, R.I.** (1984): *Are business schools doing their job?*, Harvard Business Review, 62(1), S.140-147.
- Bellmann, K. und Hippe, A.** (1996): *Netzwerkansatz als Forschungsparadigma im Rahmen der Untersuchung interorganisationaler Unternehmensbeziehungen*, in: Bellmann, K. und Hippe, A. (Hrsg.): *Management von Unternehmensnetzwerken*, Gabler Verlag, Wiesbaden, S.3-20.
- Bellmann, K. und Hippe, A.** (Hrsg.) (1996): *Management von Unternehmensnetzwerken*, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Berger, R.** (1996): *Der Wirtschaftsstandort Deutschland*, in: o.V.: *Jahrbuch 1996*, Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften.
- Berlew, D.** (1975): *The Nature of Entrepreneurs*, Proceedings of Project ISEED, Columbus, Ohio, S.42-44.
- Bhave, M.P.** (1994): *A process model of entrepreneurial venture creation*, Journal of Business Venturing, 9(3), S.223-242.
- Birch, D.L.** (1979): *The job generation process*, in: *M.I.T. Program on neighborhood and regional change*, Cambridge, MA.
- Birch, D.L.** (1987): *Job creation in America*, The Free Press, New York.
- Bird, B.J.** (1993): *Demographic approaches to entrepreneurship: The role of experience and background*, in: Katz, J.A. und R.H. Brockhaus: *Advances in Entrepreneurship Firm Emergence, and Growth*, Volume 1, JAI Press Inc., S.11-47.
- Birley, S.** (1985): *The role of networks in the entrepreneurial process*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.325-337.
- Birley, S.** (1987): *New ventures and employment growth*, Journal of Business Venturing, 2(2), S.155-165.
- Birley, S. und Norburn, D.** (1987): *Owners and managers: The venture 100 vs. the fortune 500*, Journal of Business Venturing, 2(4), S.351-363.
- Bitzer, M.** (1991): *Intrapreneurship - Unternehmertum in der Unternehmung*, Schäffer Verlag, Stuttgart.
- Block, Z. und MacMillan, I.C.** (1985): *Milestones for successful venture planning*, Harvard Business Review 63(5), S.184-196.
- Bloodgood, J.M., Sapienza, H.J. und Carsrud, A.L.** (1995): *The dynamics of new business start-ups: Person, context, and process*, in: Katz, J.A. und Brockhaus, R.H.: *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Volume 2, JAI Press Inc., S.123-144.
- Borland, C.** (1974): *Locus of Control, Need for Achievement and Entrepreneurship*, Ph.D. dissertation, University of Texas at Austin.
- Braden, P.L.** (1977): *Technological Entrepreneurship*, University of Michigan.
- Brockhaus, R.H.** (1980): *The Effect of Job Dissatisfaction on the Decision to Start a Business*, Journal of Small Business Management, 18(1), S.37-43.

- Brockhaus, R.H.** (1985): *Is there life after death? The impact of unsuccessful entrepreneurial endeavors on the life of the entrepreneurs*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.468-481.
- Brockhaus, R.H.** (1987): *Entrepreneurial Folklore*, *Journal of Small Business Management*, July 1987, S.1-6.
- Brockhaus, R.H.** (1991): *Entrepreneurship Education and Research Outside North America*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(3), Spring 1991, S.77-84.
- Brockhaus, R.H.** (1994): *Entrepreneurs and Family Business Research: Comparisons, Critique and Lessons*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), Fall 1994, S.25-38.
- Brockhaus, R.H.** et al. (Hrsg.) (1989): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Brockhaus, R.H.** und **Horwitz, P.S.** (1986): *The psychology of the entrepreneur*, in: Sexton, D. und Smiler, R. (Hrsg.): *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing, Cambridge Massachusetts, S.25-48.
- Brophy, D.** (1985): *Venture capital research*, in: Sexton, D. und Smiler, R. (Hrsg.): *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing, Cambridge Massachusetts, S.119-143.
- Brophy, D.** und **Shulman, J.M.** (1992): *A finance perspective on entrepreneurship research*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(3), Spring 1992, S.61-72.
- Brophy, D.** und **Shulman, J.M.** (1993): *Financial factors which stimulate innovation*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), S.61-76.
- Brown, W.S.** (1984): *A proposed mechanism for commercializing university technology*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.136-158.
- Bruno, A.V.** und **Leidecker, J.K.** (1987): *A comparative study of new venture failure: 1960 vs. 1980*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.375-388.
- Buchele, R.R.** (1967): *Business policy in small and growing firms*, San Francisco, Chandler Publishing Co.
- Bull, I.** und **Thomas, H.** (1993): *Editor's note: A perspective on theory building in entrepreneurship*, *Journal of Business Venturing*, 8(3), S.181-182.
- Bull, I.** und **Willard, G.E.** (1993): *Towards a theory of entrepreneurship*, *Journal of Business Venturing*, 8(3), S.183-195.
- Burns, P.** (1989): *The business plan*, in: Burns, P. und Dewhurst, J. (Hrsg.): *Small Business and Entrepreneurship*, MacMillan Education, Houndsmills, S.266-278.
- Burns, P.** und **Dewhurst, J.** (Hrsg.) (1989): *Small Business and Entrepreneurship*, MacMillan Education, Houndsmills.



- Busenitz, L.W. und Barney, J.B. (1997):** *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making*, Journal of Business Venturing, 12(1), S.9-30.
- Bygrave W.D. et al. (Hrsg.) (1994):** *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Bygrave W.D. et al. (Hrsg.) (1995):** *Frontiers of Entrepreneurship Reserach*, Wellesley, MA, Babson College.
- Bygrave, W.D. (1989):** *The Entrepreneurship Paradigm (I): A Philosophical Look at Its Research Methodologies*, Entrepreneurship Theory and Practice, 14(1), S.7-26.
- Bygrave, W.D. (1993):** *Theory building in the entrepreneurship paradigm*, Journal of Business Venturing, 8(3), S.255-280.
- Bygrave, W.D. (1995):** *Moms-and-pops, high-potential startups, and intrapreneurship: Are they part of the same entrepreneurship paradigm*, in: Katz, J.A. und Brockhaus, R.H.: *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Volume 2, JAI Press Inc., S.1-19.
- Bygrave, W.D. (1997):** *Critical factors for starting a new enterprise*, in: Bygrave, W.D. (Hrsg.): *The portable MBA in Entrepreneurship*, Second Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Bygrave, W.D. (Hrsg.) (1997):** *The portable MBA in Entrepreneurship*, Second Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Bygrave, W.D. et al. (1988):** *Rates of return of venture capital investing: a study of 131 funds*, in: Kirchhoff, B.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.275- 289.
- Bygrave, W.D. und Hofer, C.W. (1991):** *Theorizing about Entrepreneurship*, Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), S.13-22.
- Bygrave, W.D. und Stein, M. (1989):** *A time to buy and a time to sell: A study of 77 venture capital investments in companies that went public*, in: Brockhaus et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.288-303.
- Bygrave, W.D. und Timmons, J.A. (1992):** *Venture capital at the crossroads*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
- Byrne, J.A. (1993):** *Introduction*, Business Week / Enterprise, Special Edition, S.12-18.
- Byrne, J.A. et al. (1996):** *The best B Schools*, Business Week, October 21, S.47-54.
- Cable, D.M. und Shane, S. (1997):** *A prisoner's dilemma approach to entrepreneur-venture capitalist relationships*, Academy of Management Review, 22(1), S.142-176.
- Cadenhead, G.M. und Smilor, R.W. (1996):** *Moot Corp - New Venture Modules*, Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, Iowa.
- Callan, K. und Warshaw, M. (1996):** *The 25 best business schools for Entrepreneurs*, Success, Sonderdruck, September 1996.

- Camerer, C.** (1985): *Redirecting research in business policy and strategy*, Strategic Management Journal, Vol.6, S.1-15.
- Cantillon, R.** (1734): *Essai sur la nature du commerce en general*, Henry Higgs Trans., London, Macmillan.
- Cardozo, R. et al.** (1993): *Product-market strategies and new business growth*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.16-30.
- Cardozo, R.N. et al.** (1991): *Entrepreneurial recycling of economic resources: An expansion of Schumpeter's "creative destruction" and empirical evidence*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.228-241.
- Carland, J.W. et al.** (1984): *Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization*, Academy of Management Review, 9(2), S.354-359.
- Carland, J.W., Hoy, F. und Carland, J.A.C.** (1988): *"Who is an Entrepreneur?" Is a Question Worth Asking*, American Journal of Small Business, S.33-39.
- Carlsson, Bo** (1996): *Small business, flexible technology and industrial dynamics*, in: Acs, Z.J., Carlson, B. und Thurik, R.: *Small business in the modern economy*, Blackwell Publishers, S.63-125.
- Carsrud, A.L.** (1991): *Entrepreneurship and Enterprise Formation; A Brief Perspective on the Infrastructure in Europe*, Entrepreneurship Theory and Practice, 15(3), S.69-76.
- Carsrud, A.L. und Johnson, R.W.** (1989): *Entrepreneurship: A social psychology perspective*, Entrepreneurship & Regional Development, 1, S.21-31.
- Carsrud, A.L., Gaglio, C.M. und Olm, K.W.** (1986): *Entrepreneurs - Mentors, networks, and successful new venture development: An exploratory study*, in: Ronstadt, R.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.229-235.
- Carsrud, A.L., Olm, K.W. und Eddy, G.G.** (1986): *Entrepreneurship - research in quest of a paradigm*, in: Sexton, D. und Smiler, R.: *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing, Cambridge Massachusetts, S.367-387.
- Carter, N.M., Gartner, W.B. und Reynolds, P.D.** (1996): *Exploring start-up event sequences*, Journal of Business Venturing, 11(2), S.151-166.
- Case, J.** (1989): *The Origins of Entrepreneurship, Inc.*, June, S.54.
- Chandler, G.N. und Hanks, S.H.** (1994): *Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance*, Journal of Business Venturing, 8(4), S.331-349.
- Chicha, J., Julien, P.-A. und Marchesnay, M.** (1990): *Strategieformulierung und -anwendung in kleinen und mittleren Unternehmen*, Internationales Gewerbearchiv, S.188-201.

- Chrisman, J.J., Hoy, F. und Robinson, R.B.** (1987): *New venture development: The costs and benefits of public sector assistance*, Journal of Business Venturing, 2(3), S.315-328.
- Christensen, P.S.** (1989): *Strategy: Opportunity Identification and Entrepreneurship*, Aarhus University: Institute of Management.
- Christenson, P.S. und Peterson, R.** (1990): *Opportunity identification: Mapping the sources of new venture ideas*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.567-581.
- Churchill, N.C.** (1983): *Entrepreneurs and their enterprises: A stage model*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.1-22.
- Churchill, N.C. et al. (Hrsg.)** (1987): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Churchill, N.C. et al. (Hrsg.)** (1990): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College
- Churchill, N.C. et al. (Hrsg.)** (1991): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College
- Churchill, N.C. et al. (Hrsg.)** (1992): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Churchill, N.C. et al. (Hrsg.)** (1993): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College
- Churchill, N.C. und Lewis, V.L.** (1983): *The five stages of small business growth*, Harvard Business Review, May-June, 61(3), S.30-50.
- Chusimir, L.H.** (1988): *Entrepreneurship and MBA degrees: How well do they know each other?*, Journal of Small Business Management, 26(3), S.71-74.
- Clouse, V.G.H.** (1990): *A controlled experiment relating entrepreneurial education to student's start-up decisions*, Journal of Small Business Management, S.45-53.
- Cooper, A.C.** (1979): *Strategic Management: New Ventures and Small Business*, in: Schendel, D.E. und Hofer, C.E. (Hrsg.): *Strategic Management*, Little, Brown and Company, Boston, S.316-327.
- Cooper, A.C. und Dunkelberg, W.C.** (1987): *Entrepreneurial research: Old questions, new answers, and methodological issues*, American Journal of Small Business, 11(3), S.11-23.
- Cooper, A.C., Dunkelberg, W.C. und Woo, C.Y.** (1988): *Survival and failure: a longitudinal study*, in: Kirchhoff, B.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.225-236.
- Cooper, A.C., Woo, C.Y. und Dunkelberg, W.C.** (1988): *Entrepreneurs' perceived chances for success*, Journal of Business Venturing, 3(1), S.97-108.
- Covin, J.G. und Slevin, D.P.** (1989): *Strategic management of small firms in hostile and benign environments*, Strategic Management Journal, 10(1), S.75-87.

- Covin, J.G. und Slevin, D.P.** (1991): *A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), S.7-24.
- Cunningham, J.** (Hrsg.) (1991): *Joseph A. Schumpeter: Critical Assessments*, Routledge, London.
- Cunningham, J.B. und Lischeron, J.** (1991): *Defining Entrepreneurship*, *Journal of Small Business Management*, S.45-61.
- Curran, J., Stanworth, J. und Watkins, D.** (1986): *The survival of the small firm*, Gower Publishing, Brookfield.
- Davidsson, P.** (1988): *Type of man and type of company revisited: A confirmatory cluster analysis approach*, in: Kirchhoff, B.A. et al. (Hrsg.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.88-105.
- Davidsson, P. und Delmar, F.** (1992): *Cultural values and entrepreneurship*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.444-458.
- Davidsson, P. und Lindmark, L.** (1996): *The Extent of Overestimation of Small Firm Job Creation- An Empirical Examination of the "Regression Bias"*, ICSB Conference 1996, Stockholm. Online in Internet: URL: <http://www.sbaer.uca.edu/docs/proceedings/96ICST37.txt> [Stand 01.06.1997].
- Davies, L. und Gibb, A.A.** (Hrsg.): *Recent research in Entrepreneurship*, Avebury, Aldershot, England.
- Davis, S.J., Haltiwanger, J. und Schuh, S.** (1994): *Small Business and Job Creation: Dissecting the Myth and Reassessing the Facts*, *Business Economics*, 19(3), S.13-20.
- Dennis, W.J., Phillips, B.D. und Starr, E.** (1994): *Small Business Job Creation: The Findings and their Critics*, *Business Economics*, 29(3), S.23-30.
- DeNoble, A.F.** (1997): *Why we do it?*, Entrepreneurial Management Center Working Paper, San Diego State University.
- Denton, N.** (1997): *Venture capital, catalyst of the high-tech boom*, *Financial Times*, *Financial Times Review: IT and venture capital*, S.11.
- Dess, G. et al.** (1995): *Conducting and integrating research at the international, corporate, and business levels: Issues and directions*, *Journal of Management*, 21(3), S.357-393.
- Dess, G., Lumpkin, G.T. und Covin, J.G.** (1997): *Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurational Models*, Working Paper, Forthcoming in the *Strategic Management Journal*.
- Dietz, J.-W.** (1989): *Gründung innovativer Unternehmen*, Gabler, Wiesbaden.
- Donckels, R. und Miettinen, A.** (Hrsg.) (1990): *New Findings and Perspectives in Entrepreneurship*, Avebury, Aldershot, England.
- Dubini, P. und Aldrich, H.** (1991): *Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process*, *Journal of Business Venturing*, 6(5), S.305-313.

- Duffy, P.B. und Stevenson, H.H.** (1984): *Entrepreneurship and self-employment: understanding the distinctions*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.461-477.
- Duncan, J.W. und Handler, D.P.** (1994): *The Misunderstood Role of Small Business*, *Business Economics*, 29(3), S.7-12.
- Dunkelberg, W.C. et al.** (1987): *New firm growth and performance*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.307-321.
- Dunkelberg, W.C. et al.** (1987): *New firm growth and performance*, in: Churchill et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.307-321.
- Ettinger, J.-C. und Fromont, I.** (1985): *Neue Arbeitsplätze durch neue Unternehmungen*, *Internationales Gewerbearchiv*, S.116-123.
- Etzioni, A.** (1987): *Entrepreneurship, adaption and legitimation*, *Journal of Economic Behavior and Organizations*, 8, S.175-189.
- Fetzer, R.** (1991): *Internationaler Vergleich der Rahmenbedingungen für Venture Capital*, Dissertation, TU Berlin.
- Fischhoff, B., Slovic, P. und Lichtenstein, S.** (1977): *Knowing with certainty: The appropriateness of extreme confidence*, *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 3, S.552-564.
- Flamholtz, E.G.** (1986): *How to make the transition from and entrepreneurship to a professionally managed firm*, San Francisco, Jossey-Bass.
- Frank, H., Mugler, J. und Roessl, D.** (1991): *Growth determinants of new ventures - a comparison of Vienna and Chicago entrepreneurs*, in: Davies, L. und Gibb, A.A. (Hrsg.): *Recent research in Entrepreneurship*, Avebury, Aldershot, England, S.230-257.
- Frederickson, J.W.** (1990) (Hrsg.): *Perspectives on strategic management*, New York, Harper & Row.
- Fried, V.H. und Hisrich, R.D.** (1988): *Venture Capital Research: Past, Present and Future*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(1), Fall 1988, S.15-28.
- Fritsch, M.** (1993): *The role of small firms in West Germany*, in: Acs, Z.J. und Audretsch, D.B. (Hrsg.): *Small firms and entrepreneurship: an East-West perspective*, Cambridge University Press, S.38-54.
- Gaglio, C.M. und Taub, R.P.** (1992): *Entrepreneurs and opportunity recognition*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.136-147.
- Gartner, W.B.** (1984): *Problems in business startup: the relationships among entrepreneurial skills and problem identification for different types of new ventures*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.496-512.

- Gartner, W.B.** (1985): *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation*, *Academy of Management Review*, 10(4), S.696-706.
- Gartner, W.B.** (1988): *Who is an entrepreneur? is the wrong question*, *American Journal of Small Business*, 13, S.11-32.
- Gartner, W.B.** (1989): *Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), Fall 1989, S.27-38.
- Gartner, W.B.** (1993): *Words lead to deeds: Toward an organizational emergence vocabulary*, *Journal of Business Venturing*, 8(3), S.231-239.
- Gartner, W.B. und Vesper, K.H.** (1994): *Experiments in entrepreneurship education: Successes and failures*, *Journal of Business Venturing*, 9(3), S.179-187.
- Gartner, W.B., Bird, B.J. und Starr, J.A.** (1992): *Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organizational behavior*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(3), S.13-31.
- Gatewood, E.J., Miranda, S. und Hoy, F.** (1990): *The involvement of private foundations in entrepreneurial research*, *Journal of Small Business Management*, S.20-29.
- Gatewood, E.J., Shaver, K.G. und Gartner, W.B.** (1995): *A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation*, *Journal of Business Venturing*, 10(5), S.371-391.
- Gibb, A.A. und Davies, L.G.** (1991): *Methodological problems in the development and testing of a growth model of business enterprise development*, in: Davies, L.G. und Gibb, A.A. (Hrsg.): *Recent research in Entrepreneurship*, Avebury, Aldershot, England, S.286-323.
- Gnyawali, D.R. und Fogel, D.S.** (1994): *Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, S.43-62.
- Goslin, L.N.** (1987): *Characteristics of successful high-tech start-up firms*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.452-463.
- Goslin, L.N. und Barge, B.** (1986): *Entrepreneurial qualities in venture capital support*, in: Ronstadt, R.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.366-379.
- Granovetter, M.** (1973): *The strength of weak ties*, *American Journal of Sociology*, 78, S.1360-1380.
- Hall, J. und Hofer, C.W.** (1993): *Venture capitalists' decision criteria in new venture evaluation*, *Journal of Business Venturing*, 8(1), S.25-42.
- Hanks, S.H. und Chandler, G.N.** (1994): *The impact of new venture growth research on entrepreneurship education*, in: Bygrave, W.D. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.645-660.

- Hay, M.** (1992): *Barriers to small firm growth*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.288-302.
- Herron, L. und Robinson, R.B.** (1993): *A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance*, *Journal of Business Venturing*, 8(3), S.281-294.
- Herron, L., Sapienza, H.J. und Smith-Cook, D.** (1991): *Entrepreneurship Theory from an Interdisciplinary Perspective: Volume I*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), Winter 1991, S.7-12.
- Herron, L., Sapienza, H.J. und Smith-Cook, D.** (1992): *Entrepreneurship Theory from an Interdisciplinary Perspective: Volume II*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(3), S.5-12.
- Hills, G.E.** (1981): *Evaluating new ventures: A concept testing methodology*, *Journal of Small Business Management*, October, 29-41.
- Hills, G.E.** (1984): *Market analysis and marketing in new ventures: Venture capitalists' perceptions*, in: *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.162-182.
- Hills, G.E.** (1988): *Variations in university entrepreneurship education: An empirical study of an evolving field*, *Journal of Business Venturing*, 3(2), S.109-122.
- Hills, G.E.** (1989): *Das Studienfach Marketing und der Lebenszyklus der Unternehmung*, *Internationales Gewerbearchiv*, S.51-56.
- Hills, G.E.** (1995): *Opportunity recognition by successful entrepreneurs*, in: Bygrave, W.D. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.105-117.
- Hills, G.E. und LaForge, R.W.** (1992): *Research at the Marketing Interface to Advance Entrepreneurship Theory*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(3), S.33-60.
- Hills, G.E. und Narayana, C.L.** (1989): *Profile characteristics, success factors and marketing in highly successful firms*, in: Brockhaus et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.69-80.
- Hills, G.E. und Star, A.D.** (1985): *Marketing strategy elements for new venture / early stage firms as perceived by venture capitalists: An exploratory study*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.211-220.
- Hills, G.E., LaForge, R.W. und Parker, B.J.** (1989) (Hrsg.): *Research at the marketing/entrepreneurship interface*, Chicago, University of Illinois at Chicago.
- Hirn, W. und Klusmann, S.** (1997): *Siebertypen*, *managermagazin*, 7/1997, S.136-149.
- Hirst, P. und Zeitlin, J.** (Hrsg.) (1989): *Reversing industrial decline*, Berg, Leamington Spa

- Hoad, W.M. und Rosko, P.** (1964): *Management factors contributing to the success and failure of new small manufacturers*, Ann Arbor, Bureau of Business Research, University of Michigan.
- Hoch, M.** (1997): *Mut der Ahnungslosen*, Hochschule und Beruf, Beilage der Süddeutschen Zeitung, Sommersemester 1997, S.I.
- Hofer, C.W.** (1987): *Some guidelines for more effective strategic management research*, Working Paper, University of Georgia.
- Hofer, C.W. und Sandberg, W.R.** (1987): *Improving New Venture Performance: Some Guidelines for Success*, American Journal of Small Business, Summer 1987, S.11-25.
- Hornaday, J.A.** (Hrsg.) (1983): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College
- Hornaday, J.A. et al.** (Hrsg.) (1984): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Hornaday, J.A. et al.** (Hrsg.) (1985): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Hornaday, J.A. und Churchill, N.C.** (1987): *Current trends in entrepreneurial research*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.1-21.
- Hornaday, J.A. und Tieken, N.B.** (1983): *Capturing twenty-one Heffalumps*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.23-50.
- Hornaday, J.A. und Vesper, K.H.** (1982): *Entrepreneurial education and job satisfaction*, in: Vesper (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.526-539.
- Hornaday, R.W.** (1990): *Dropping the E-words from small business research: An alternative typology*, Journal of Small Business Management, S.22-33.
- Hoselitz, B.F.** (1952): *Entrepreneurship and economic growth*, American Journal of Economic Sociology, 12, S.97-110.
- Hoy, F.** (1989): *Audiences for Entrepreneurship Research*, Entrepreneurship Theory and Practice, 13(3), Spring 1989, S.5-6.
- Hoy, F.** (1995): *Researching the entrepreneurial venture*, in: Katz, J.A. und Brockhaus, R.H. (Hrsg.): *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Volume 2, JAI Press Inc., S.145-174.
- Hoy, F. und Carland, J.W.** (1983): *Differentiating between entrepreneurs and small business owners in new venture formation*, in: Hornaday et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.157-166.
- Ivancevich, J.M.** (1991): *A traditional faculty member's perspective on entrepreneurship*, Journal of Business Venturing, 6(1), S.1-7.



- Jackson, E. und Brophy, D.J.** (1986): *The environment of entrepreneurship*, in: Ronstadt, R.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.610-627.
- Jemison, D.B.** (1981): *The importance of an integrative approach to strategic management research*, *Academy of Management Review*, 6(4), S.601-608.
- Johnson, B.R.** (1990): *Toward a Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3), Spring 1990, S.39-54.
- Kao, J.J.** (1989): *Entrepreneurship, creativity, and organization*, Prentice-Hall.
- Katz, J.A.** (1988): *Entrepreneurship researchers and research entrepreneurs: Problems in the equitable sharing of research data*, *Journal of Business Venturing*, 2(1), S.89-95.
- Katz, J.A.** (1991a): *Endowed Positions: Entrepreneurship and Related Fields*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(3), Spring 1991, S.53-67.
- Katz, J.A.** (1991b): *The Institution and Infrastructure of Entrepreneurship*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(3), Spring 1991, S.85-102.
- Katz, J.A.** (1992): *A psychosocial cognitive model of employment status choice*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), S.29-37.
- Katz, J.A.** (1994): *Markets for entrepreneurship knowledge*, in: Bygrave, W.D. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.661-674.
- Katz, J.A. und Gartner, W.B.** (1988): *Properties of emerging organizations*, *Academy of Management Review*, 13(3), S.429-441.
- Katz, J.A., Brockhaus, R.H. und Hills, G.E.** (1993): *Demographic variables in entrepreneurship research*, in: Katz, J.A. und Brockhaus, R.A.: *Advances in Entrepreneurship Firm Emergence, and Growth*, Volume 1, JAI Press Inc., S.197-236.
- Kaufmann, F.** (1995): *Kooperations- und Finanzierungsmöglichkeiten kleiner und mittlerer Unternehmen der Europäischen Union*, *Internationales Gewerbearchiv*, S.163-179.
- Keats, B.W. und Bracker, J.S.** (1988): *Toward a Theory of Small Firm Performance: A Conceptual Model*, *American Journal of Small Business*, Spring 1988, S.41-58.
- Kent, C.A.** (Hrsg.) (1984): *The environment for entrepreneurship*, Lexington Books.
- Kent, C.A., Sexton, D.L. und Vesper, K.H.** (1982): *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Kets de Vries, M.F.R.** (1985): *The dark side of entrepreneurship*, *Harvard Business Review*, 63(6), S.160-167.
- Kiefl, W.** (1993): *Zum Aussagewert von Gewerbemeldedaten*, *Internationales Gewerbearchiv*, S.202-211.
- Kieser, A. und Kubicek, H.** (1992): *Organisation*, Berlin.

- Kilby, P.** (1971): *Hunting the heffalump*, in: P. Kilby (Hrsg.): Entrepreneurship and economic development, New York, The Free Press, S.1-40.
- Kirchhoff, B.A. und Greene, P.G.** (1995): *Response to renewed attacks on the small business job creation hypothesis*, Frontiers of Entrepreneurship Research, in: Bygrave, W.D. et al. (Hrsg.): Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA, Babson College, S.1-15.
- Kirchhoff, B.A.** (1991): *Entrepreneur's contribution to economics*, Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), S.93-112.
- Kirchhoff, B.A. et al.** (Hrsg.) (1988): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College
- Kirchhoff, B.A. und Phillips, B.D.** (1987): *Examining entrepreneurship's role in economic growth*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA, Babson College, S.57-71.
- Kirchhoff, B.A. und Phillips, B.D.** (1988): *The effect of firm formation and growth on job creation in the United States*, Journal of Business Venturing, 3(4), S.261-272.
- Kirchhoff, B.A. und Phillips, B.D.** (1989): *Innovation and growth among new firms in the U.S. economy*, in: Brockhaus et al. (Hrsg.): Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA, Babson College, S.173-188.
- Kirchhoff, B.A. und Phillips, B.D.** (1991): *Are small firms still creating the new jobs*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA, Babson College, S.225-349.
- Kirkpatrick, D.** (1996): *Great Ideas Revisited; Then: Techniques for Evaluating Training Programs - Now: Revisiting Kirkpatrick's Four-Level Model*, Training and Development, 50(1), January 1996, S.54-57.
- Kirzner, I.M.** (1973): *Competition and entrepreneurship*, University of Chicago Press.
- Kirzner, I.M.** (1979): *Perception, Opportunity and Profit*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I.M.** (1982): *The theory of entrepreneurship in economic growth*, in: Kent, C.A., Sexton, D.L. und Vesper, K.H. (Hrsg.): Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, S.272-276.
- Kirzner, I.M.** (1984): *The entrepreneurial process*, in: Kent, Calvin A. (Hrsg.): The environment for entrepreneurship, Lexington Books, S.41-58.
- Klandt, H.** (1990): *Das Leistungsmotiv und verwandte Konzepte als wichtige Einflußfaktoren der unternehmerischen Aktivität*, in: Szyperski, N. und Roth, P. (Hrsg.): Entrepreneurship - Innovative Unternehmensgründung als Aufgabe, C.E. Poeschel, Stuttgart.
- Knight, F.H.** (1967): *The economic organization*, New York, Augustus M. Kelley.
- Köllermeier, T.** (1993): *Business Practices in Transition*, in: Abell, D.F. und Köllermeier, T. (Hrsg.): *Dynamic entrepreneurship in Central and Eastern Europe*, EFER, S.123-139.

- Korunka, C., Frank, H. und Becker, P.** (1993): *Persönlichkeitseigenschaften von Unternehmensgründern*, Internationales Gewerbearchiv, S.169-188.
- Kosmider, A.** (1994): *Controlling im Mittelstand. Eine Untersuchung der Gestaltung und Anwendung des Controllings in mittelständischen Industrieunternehmen*, 2. Auflage, Stuttgart.
- Krist, H.** (1985): *Der Beitrag von Technologiezentren zur Entwicklung technologieorientierter junger Unternehmen*, Internationales Gewerbearchiv, S.170-182.
- Kunkel, S.W. und Hofer, C.W.** (1993): *The impact of industry structure on new venture performance: some new findings*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.1-15.
- Kuratko, D. und LaFollette, W.R.** (1987): *Small Business Incubators for Local Economic Development*, Economic Development Review, Summer, S.49-55.
- Kurz, R., Röger, W. und Zarth, M.** (1990): *Existenzgründungshilfen von Bund und Ländern*, Institut für Angewandte Wirtschaftsforschung, Tübingen.
- Lafuente, A. und Salas, V.** (1989): *Types of entrepreneurs and firms: The case of Spanish firms*, Strategic Management Journal, 10, S.17-30.
- Learned, K.E.** (1992): *What Happened Before the Organization? A Model of Organization Formation*, Entrepreneurship Theory and Practice, 17(1), Fall 1992, S.39-48.
- Leonhardt, D.** (1996): *Class acts in the ivy-covered halls*, Business Week, Enterprise Edition, 12/96, S.18-22.
- Levie, J.** (1994): *Can governments nurture young growth firms? Qualitative evidence from a three nation study?*, in: Bygrave, W.D. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.514-528.
- Long, W.** (1983): *The meaning of Entrepreneurship*, American Journal of Small Business, 8(2), S.47-56.
- Long, W. und McMullan, W.E.** (1984): *Mapping the new venture opportunity identification process*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.567-591.
- Low, M.B. und MacMillan, I.C.** (1988): *Entrepreneurship: Past research and future challenges*, Journal of Management, 14(2), S.139-161.
- Lück, W. und Böhmer, A.** (1994): *Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin in den USA*, zfbf 46, 5/1994, S.403-421.
- Lück, W., Jung, A. und Böhmer, A.** (1996): *Unternehmensgründungen: Entrepreneurship als wissenschaftliche Disziplin in Deutschland?*, Der Betrieb, 9/96, S.437-443.
- Lumpkin, G.T. und Dess, G.G.** (1996): *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance*, Academy of Management Review, 21(1), S.135-172.

- Lumpkin, J.R. und Ireland, R.D.** (1988): *Screening practices of new business incubators: The evaluation of critical success factors*, American Journal of Small Business, 12(4), S.59-81.
- Lydall, H.** (1992): *The Entrepreneurial Factor in Economic Growth*, MacMillan, London.
- MacMillan, I.C.** (1981): *The politics of new ventures*, in: Vesper, K.H. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.496-515.
- MacMillan, I.C.** (1989): *Delineating a forum for entrepreneurship scholars*, Strategic Management Journal, 10(4), S.391-395.
- MacMillan, I.C.** (1991): *Delineating a forum for entrepreneurship scholars*, Journal of Business Venturing, 6(2), S.83-87.
- MacMillan, I.C.** (1993): *The emerging forum for entrepreneurship scholars*, Journal of Business Venturing, 8(5), S.377-381.
- MacMillan, I.C. und Katz, J.A.** (1992): *Idiosyncratic milieus of entrepreneurial research: The need for comprehensive theories*, Journal of Business Venturing, 7(1), S.1-8.
- MacMillan, I.C., Kulow, D.M., Khoylian, R.** (1988): *Venture Capitalists' Involvement in their investments: extent and performance*, in: Kirchhoff, B.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.303-323.
- MacMillan, I.C., Siegel, R. und Narasimha, P.N.S.** (1985): *Criteria used by venture capitalists to evaluate new venture proposals*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, S.126-141.
- Manstedten, B.C. und Klandt, H.** (1995): *Zum Stand der Auswertung der Gewerbemeldedaten in Deutschland*, Internationales Gewerbearchiv, S.267-282.
- May-Strobl, E. und Paulini, M.** (1996): *Insolvenzen im Mittelstand - Daten und Fakten*, IfM-Materialien Nr. 121, Institut für Mittelstandsforschung Bonn.
- Mayer, M.** (1988): *Gründer- und Technologiezentren in der Bundesrepublik Deutschland*, in: Dose, N. und Drexler, A. (Hrsg.): *Technologieparks*, Westdeutscher Verlag, Opladen, S.32-47.
- McCarthy, I. und McCaffrey, J.A.** (1990): *The conference: Where it has been, where it is, where it is going. Has it been a successful entrepreneurial venture?*, in: Churchill et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.582-593.
- McClelland, D.C.** (1961): *The achieving society*, Princeton, Van Nostrand.
- McClelland, D.C.** (1965): *n Achievement and motivation: A longitudinal study*, Journal of Personality and Social Psychology, 1, S.389-392.
- McGrath, R.G., MacMillan, I.C. und Scheinberg, S.** (1992): *Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An explanatory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs*, Journal of Business Venturing, 7(2), S.115-135.

- McGuire, J.W.** (1963): *Factors affecting the growth of manufacturing firms*, Bureau of Business Research, University of Washington, Seattle, 1963.
- McMullan, W.E. und Long, W.A.** (1987): *Entrepreneurship education in the nineties*, Journal of Business Venturing, 2(3), S.261-275.
- Merrifield, D. B.** (1987): *New business incubators*, Journal of Business Venturing, 2(4), S.277-284.
- Mintzberg, H.** (1990): *Strategy formation: Schools of thought*, in: Frederickson, J.W. (Hrsg.): *Perspectives on strategic management*, New York, Harper & Row, S.105-235.
- Mitchell, J.C.** (1969): *The concept and use of social networks*, in: Michell, J.C. (Hrsg.): *Social networks in urban situations*, Manchester University Press, Manchester, S.1-32.
- Mitton, D.G.** (1989): *The compleat entrepreneur*, Entrepreneurship Theory and Practice, 13(3), S.9-20.
- Mugler, J.**(1993): *Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe*, Springer-Verlag, Wien.
- Müller von Blumencron, M.** (1997): „Hier wird die Zukunft erfunden“, Der Spiegel, 2/1997, S.74-77.
- Müller, J.** (1993): *Conditions for Entrepreneurship in Eastern Germany*, in: Abell, Derek F. und Köllermeier, T. (Hrsg.): *Dynamic entrepreneurship in Central and Eastern Europe*, EFER, S.143-158.
- Murphy, G.B., Trailer, J.W. und Hill, R.C.** (1996): *Measuring performance in entrepreneurship research*, Journal of Business Research, 36(1), May 1996, S.15-23.
- Murray, H.A.** (1938): *Explorations in personality*, New York, Oxford.
- Naffziger, D.W. und Hornsby, J.S. und Kuratko, D.F.** (1994): *A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation*, Entrepreneurship Theory and Practice, 18(3), Spring 1994, S.29-42.
- Naman, J.L. und Slevin, D.P.** (1993): *Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests*, Strategic Management Journal, Vol. 14, S.137-153.
- o.V.** (1985): *The State of Small Business: A Report of the President*, Washington, D.C., Government Printing Office.
- o.V.** (1990): *The State of Small Business: A Report of the President*, Washington, D.C., Government Printing Office, 1990.
- o.V.** (1991): *Entrepreneurship and competitive strategy for the 1990s*, Journal of Small Business Management, 29(1), January 1991, S.94-99.
- o.V.** (1993): *The state of small business: A Report of the President*, Washington, D.C., Government Printing Office.
- o.V.** (1994): *Entrepreneurship and small business in the United States*, Center for Entrepreneurial Leadership, 1994, Ewing Marion Kauffman Foundation.

- o.V. (1995): *Unternehmer-Image*, Allensbacher Institut für Demoskopie, Wirtschaftswoche, Nr.42, S.196ff.
- o.V. (1996): *America's best graduate schools*, U.S.News & World Report, Dezember 1996.
- o.V. (1996): *Benchmarks in Entrepreneurial Education*, Lundquist Center for Entrepreneurship, University of Oregon.
- o.V. (1996): *Economic Impact of Venture Capital Study*, National Venture Capital Association, Venture One Corporation.
- o.V. (1996): *Jahrbuch 1996*, Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK), Berlin.
- o.V. (1996): *MIT: The Impact of Innovation*, BankBoston, Economics Department Special Report.
- o.V. (1996): *National Venture Capital Association - Annual Report 1995*, Venture One Corporation.
- o.V. (1996): *Neuer Markt - Ideen suchen Kapital, Kapital sucht Ideen*, Deutsche Börse AG, Frankfurt.
- o.V. (1996): *Self-sufficient people in healthy communities*, 1996 Annual Report, Kauffman Foundation, Kansas City.
- o.V. (1996): *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland*, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.
- o.V. (1997): *America's best graduate schools*, U.S. News & World Report.
- o.V. (1997): *Die Börsengänger seit 1983*, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Verlagsbeilage Unternehmensbeteiligungen, 22.4.1997, S.B16.
- o.V. (1997): *Future Perfect?*, The Economist, Special Issue, März 1997.
- o.V. (1997): *Gründungen und Liquidationen in Westdeutschland*, Institut für Mittelstandsforschung, Bonn.
- o.V. (1997): *International Financial Statistics*.
- o.V. (1997): *Werden Sie Unternehmer!*, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 5. April 1997, S.46.
- o.V. (1997): *Wissenschaftliche Begleitforschung 1996 zur Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen*, Institut für Mittelstandsforschung Bonn, IfM-Materialien Nr.123.
- Olson, P.D. (1987): *Entrepreneurship and management*, Journal of Small Business Management, 25(3), S.7-13.
- Oneal, M. (1993): *Just what is an entrepreneur?*, Business Week / Enterprise, Special Edition, S.104-112.
- Ostgaard, T.A. und Birley, S. (1993): *Competitive strategies and new venture growth*, in: Curchile et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.73-87.

- Palich, L.E. und Bagby, D.R.** (1995): *Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom*, Journal of Business Venturing, 10(6), S.425-438.
- Parker, D.D. und Zilberman, D.** (1993): *University Technology Transfers: Impacts on Local und U.S. Economies*, Contemporary Policy Issues, 11(2), S.87-99.
- Perlitz, M. und Löbler, H.** (1989): *Das Innovationsverhalten in der mittelständischen Industrie: Das Risk-Return-Paradox.*, Stuttgart.
- Peterson, R.** (1988): *Understanding and encouraging entrepreneurship internationally*, Journal of Small Business Management, 26(2), April 1988, S.1-7.
- Peterson, R. und Horvath, D.** (1982): *Commentary on research in the field of entrepreneurship*, in: Kent, C.A., Sexton, D.L. und Vesper, K.H. (Hrsg.): Encyclopedia of entrepreneurship, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, S.374-376.
- Plaschka, G.R. und Welsch, H.P.** (1990): *Emerging Structures in Entrepreneurship Education: Curricular Designs and Strategies*, Entrepreneurship Theory and Practice, 14(3), S.55-71.
- Porter, M.E.** (1980): *Competitive strategy*, Macmillan, New York.
- Porter, M.E.** (1990): *The competitive advantage of nations*, Harvard Business Review, S.73-93.
- Preston, J.T.** (1997): *Success factors in technology-based entrepreneurship*, Vortragsmanuskript, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, Massachusetts.
- Punjabi, S. und Keeley, R.H.** (1996): *Estimation of risk in young ventures*, in: Reynolds, P.D. et al. (Hrsg.): Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley, MA, Babson College, S.407-409.
- Pusateri, J.C.** (1984): *A history of American business*, Harlan Davidson, Arlington Heights.
- Quattrone, F.P.** (1997): *Das Phänomen Silicon Valley*, Unternehmensbewertungen, Verlagsbeilage der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, Nummer 93, S.B1.
- Reinhard, E.** (1989): *Zum Innovationsbeitrag der mittelständischen Wirtschaft, Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre, Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung Koblenz, Vallendar.*
- Reynolds, P.D.** (1991): *Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions*, Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), S.47-70.
- Reynolds, P.D.** (1996): *SMEs: Employment, Innovation and Growth*, OECD documents.
- Reynolds, P.D.** (1997a): *Entrepreneurial Research Consortium, Information Package*, Center for Entrepreneurial Studies, Babson College.
- Reynolds, P.D.** (1997b): *Who Starts New Firms? - Preliminary Explorations of Firms-in-Gestation*, Small Business Economics, Forthcoming, S.1-14.

- Reynolds, P.D. et al. (Hrsg.) (1996):** *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Reynolds, P.D., West, S. und Finch, M.D. (1985):** *Estimating new firms and new jobs: Considerations in using the Dun and Bradstreet files*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.383-399.
- Rice, M.P. (1996):** *Infusing Entrepreneurship into the core curriculum*, Project Report, Rensselaer, Center for Entrepreneurship of New Technological Ventures.
- Richert, J. und Schiller, R. (1994):** *Hochschulabsolventen als Existenzgründer*, Auftragsstudie der Deutschen Ausgleichsbank für das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft, Bonn.
- Roberts, M.J. (1987):** *Making the transition from entrepreneurial to professional management*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.74-86.
- Robinson, K.C., Kunkel, S.W. und Hofer, C.W. (1994):** *New approaches for assessing new venture performance*, in: Bygrave, W.D. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.263-278.
- Robinson, P.B. and Haynes, M. (1991):** *Entrepreneurship Education in America's Major Universities*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(3), S.41-52.
- Robinson, P.B. und Shaver, K.G. (1995):** *Methatheory and entrepreneurship research*, in: Katz, J.A. und Brockhaus, R.H.: *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Volume 2, JAI Press Inc., S.97-122.
- Romano, C. und Ratnatunga, J. (1996):** *A Citation Analysis of the Impact of Journals on Contemporary Small Enterprise Research*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring 1996, S.7-21.
- Ronstadt, R.C. (1981):** *Entrepreneurial careers and research on entrepreneurship*, in: Vesper, K.H. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.591-600.
- Ronstadt, R.C. (1984):** *Entrepreneurship: Texts, cases and notes*, Dover, MA: Lord.
- Ronstadt, R.C. (1985):** *The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning*, *American Journal of Small Business*, 10(1), S.7-23.
- Ronstadt, R.C. et al. (Hrsg.) (1986):** *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Rumelt, R.P., Schendel, D.E. und Teece, D.J. (1994):** *Fundamental issues in strategy - a research agenda*, Harvard Business School Press, Boston.
- Ruschel, Adalbert (1995):** *Die Transferproblematik bei der Erfolgskontrolle betrieblicher Weiterbildung*, in: Landsberg, G.v., Weiss, R. (Hrsg.): *Bildungs-Controlling*, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, S.297-322.
- Sabel, C.F. (1989):** *The reemergence of regional economics*, in: Hirst, P. und Zeitlin, J. (Hrsg.): *Reversing industrial decline*, Berg, Leamington Spa, S.17-70.



- Sage, G.** (1993): *Entrepreneurship as an Economic Development Strategy*, Economic Development Review, S.66-67.
- Sahlman, W.A. und Stevenson, H.H.** (1992): *The entrepreneurial venture*, Harvard Business School Publications, Boston, Massachusetts.
- Sandberg, W.R.** (1986): *New venture performance*, Lexington Books.
- Sandberg, W.R.** (1992): *Strategic Management's Potential Contribution to a Theory of Entrepreneurship*, Entrepreneurship Theory and Practice, 16(3), S.73-90.
- Sandberg, W.R. und Gatewood, E.J.** (1991): *A Profile of Entrepreneurship Research Centers: Orientations, Interests, Activities, and Resources*, Entrepreneurship Theory and Practice, 15(3), S.11-25.
- Sandberg, W.R. und Hofer, C.W.** (1979): *Strategic management*, Boston, Little, Brown.
- Sandberg, W.R. und Hofer, C.W.** (1982): *A strategic management perspective on the determinants of new venture success*, in: Vesper, K.H. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.204-237.
- Sandberg, W.R. und Hofer, C.W.** (1986): *The effects of strategy and industry structure on new venture performance*, in: Ronstadt, R.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.244-266.
- Sandberg, W.R. und Hofer, C.W.** (1987): *Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure and the entrepreneur*, Journal of Business Venturing, 2(1), S.5-28.
- Sandberg, W.R., Schweiger, D.M. und Hofer, C.W.** (1987): *Determining venture capitalist's decision criteria: The use of verbal protocols*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.392-407.
- Sapienza, H.J.** (1992): *When do venture capitalists add value?*, Journal of Business Venturing, 7(1), S.9-27.
- Sapienza, H.J., Herron, L., Menendez, J.** (1991): *The founder and the firm: A qualitative analysis of the entrepreneurial process*, in: Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.254-270.
- Scharfenkamp, N.** (1987): *Organisatorische Gestaltung und wirtschaftlicher Erfolg*, de Gruyter, Berlin.
- Scheinberg, S. und MacMillian, I.C.** (1988): *An 11 country study of motivation to start a business*, in: Kirchhoff, B.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.669-687.
- Schendel, D.E. und Hofer, C.E.** (Hrsg.) (1979): *Strategic Management*, Little, Brown and Company, Boston.
- Scherer, F.M.** (1988): *Testimony before the subcommittee on monopolies and commercial law, committee of the judiciary*, US house of representatives, February 24.

- Schulz, N.** (1995): *Unternehmensgründungen und Markteintritt*, Physika-Verlag Heidelberg.
- Schumpeter, J.A.** (1934): *The theory of economic development*, Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A.** (1954): *Capitalism, Socialism, and Democracy*, George Allen & Unwin.
- Schween, K.** (1996): *Corporate Venture Capital*, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Scott, M. und Bruce, R.** (1987): *Five stages of growth in small business*, Long range planning, 20(3), S.45-52.
- Sexton, D.L.** (1982): *Research needs and issues in entrepreneurship*, in: Kent, C.A., Sexton, D.L. und Vesper, K.H. (Hrsg.): *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, S.383-389.
- Sexton, D.L.** (1988): *The field of entrepreneurship: Is it growing or just getting bigger?*, Journal of Small Business Management, 26(1), January 1988, S.5-8.
- Sexton, D.L. und Bowman, N.** (1983): *Comparative Entrepreneurship Characteristics of Students*, in Hornaday J.A. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.465-478.
- Sexton, D.L. und Bowman, N.** (1985): *The entrepreneur: A capable executive and more*, Journal of Business Venturing, 1(1), S.129-140.
- Shapiro, A.** (1982): *The social dimensions of entrepreneurship*, in: Kent, C., Sexton, D.L. und Vesper, K.H. (Hrsg.): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, S.72-90.
- Shapiro, A. und Sokol, L.** (1982): *The social dimensions of entrepreneurship*, in: Kent, C.A., Sexton D.L. und Vesper, K.H. (Hrsg.): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice Hall.
- Shaver, K.G. und Scott, L.R.** (1991): *Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation*, Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), S.23-46.
- Simon, H.** (1997): *Vom Unternehmergeist anstecken lassen*, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Unternehmensbeteiligungen, S.B4.
- Siu, W. und Martin, R.G.** (1992): *Successful Entrepreneurship in Hong Kong*, Long Range Planning, 25(6), S.87-93.
- Smith, K. G. Gannon, M.J und Sapienza, H.J.** (1989): *Selecting Methodologies for Entrepreneurship Research: Trade-Offs and Guidelines*, Entrepreneurship Theory and Practice, 14(1), S.39-50.
- Smith, N.R. und Miner, J.R.** (1983): *Type of entrepreneur, type of firm, and managerial motivation: Implications for organizational life cycle theory*, Strategic Management Journal, S.325-340.
- Solomon, G.T. und Fernald, L.W.** (1991): *Trends in Small Business Management and Entrepreneurship Education in the United States*, Entrepreneurship Theory and Practice, 15(3), Spring 1991, S.25-40.

- Solomon, G.T. und Fernald, L.W.** (1993): *Trends in Small Business Management and Entrepreneurship Education in the United States: An Update*, ICSB Conference 1993, Las Vegas. Online in Internet: URL: <http://www.sbaer.uca.edu/docs/proceedings/93ICS230.txt> [Stand 01.06.1997].
- Sonntag, G.** (1997): *Akademiker sind keine Gründermuffel*, Allgemeiner Hochschul-Anzeiger, Nr.33, S.20.
- Spitzer, D.M. und Ford, R.H.** (1989): *Business incubators: Do we really understand them?*, in: Brockhaus et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.436-447.
- Spitzer, D.M., Hills, G.E. und Alpar, P.** (1989): *Marketing Planning and research among high technology entrepreneurs*, in: Hills, G.E., LaForge, R.W. und Parker, B.J. (Hrsg.): *Research at the marketing/entrepreneurship interface*, S.411-422, Chicago, University of Illinois at Chicago.
- Stahle, W.** (1991): *Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive*, 6. Auflage, München.
- Stearns, T.M. und Hills, G.E.**(1996): *Entrepreneurship and new firm development: A definitional introduction*, *Journal of Business Research*, 36(1), S.1-4.
- Steinmetz, L.L.** (1969): *Critical stages of small business growth: When they occur and how to survive them*, *Business Horizons*, S.29-36.
- Stevenson, H.H.** (1986): *Harvard's experience with a new entrepreneurship program*, in: Sexton, D. und Smiler, R.: *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing, Cambridge Massachusetts, S.389-401.
- Stevenson, H.H.** (1989): *A perspective on entrepreneurship*, in: Kao, J.J. (1989): *Entrepreneurship, creativity, and organization*, Prentice-Hall, S.167-176.
- Stevenson, H.H.** (1993): *The nature of entrepreneurship*, in: Abell, D.F. und Köllermeier, T. (Hrsg.): *Dynamic entrepreneurship in Central and Eastern Europe*, EFER, S.3-5.
- Stevenson, H.H. und Gumpert, D.E.** (Hrsg.) (1985): *The heart of entrepreneurship*, in: Sahlman, W.A. und Stevenson, H.H.: *The entrepreneurial venture*, McGraw-Hill, S.9-25.
- Stevenson, H.H. und Jarillo, J.C.** (1990): *A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management*, *Strategic Management Journal*, 11, S.17-27.
- Stevenson, H.H. und Sahlman, W.A.** (1989): *The entrepreneurial process*, in: Burns, P. und Dewhurst, J. (Hrsg.): *Small business and entrepreneurship*, MacMillan Education, Houndsmills, S.94-157.
- Stoner, C.R. und Fry, F.L.** (1982): *The entrepreneurial decision*, *Journal of Small Business Management*, S.39-44.
- Stralser, S.** (1995): *Benchmarking: The New Tool*, *Planning for higher Education*, Volume 23, S.15-19.

- Stuart, R. und Abetti, P.A.** (1987): *Start-up ventures: Towards the prediction of initial success*, Journal of Business Venturing, 2(3), S.315-230.
- Suarez-Villa, L.** (1989): *The evolution of regional economies: Entrepreneurship and macroeconomic change*, Praeger, New York.
- Susbauer, J.C.** (1972): *The technical entrepreneurship process in Austin, Texas*, in: Cooper, A. und Komives, J. (Hrsg.): *Technical Entrepreneurship: A symposium*, Milwaukee, The Center for Venture Management, S.28-46.
- Sydow, J.** (1992): *Strategische Netzwerke*, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Sydow, J. und Windeler, A.** (Hrsg.) (1994): *Management interorganisationaler Beziehungen*, Westdeutscher Verlag, Opladen.
- Szyperski, N. und Klandt, H.** (1981): *The empirical research on entrepreneurship in the Federal Republic of Germany*, in: Vesper, K.H. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.158-178.
- Szyperski, N. und Nathusius, K.** (1977): *Probleme der Unternehmensgründung*, C.E. Poeschel, Stuttgart.
- Szyperski, N. und Roth, P.** (1990): *Entrepreneurship - Innovative Unternehmensgründung als Aufgabe*, C.E. Poeschel, Stuttgart.
- Teach, R.D., Schwartz, R.G., Tarpley, F.A.** (1989): *The Recognition and Exploitation of Opportunity in the Software Industry*, Brockhaus et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.383-397.
- Teach, R.D., Tarpley, F.A. und Schwartz, R.G.** (1985): *Who are the microcomputer software entrepreneurs?*, In Hornaday J.A. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.435-451.
- Thierau, H.** (1991): *Analyse und empirische Überprüfung wissenschaftlicher Evaluationskonzepte in der betrieblichen Weiterbildung*, Dissertation, Bochum, 1991.
- Thurik, R.** (1996): *Small firms, entrepreneurship and economic development*, in: Acs, Z.J., Carlson, B. und Thurik, R. (Hrsg.) (1996): *Small business in the modern economy*, Blackwell Publishers, S.126-152.
- Timmons, J.A.** (1980): *A business plan is more than a financing device*, Harvard Business Review, S.28-34.
- Timmons, J.A.** (1994): *New Venture Creation - Entrepreneurship for the 21st Century*, Revised Fourth Edition, Irwin, Chicago.
- Timmons, J.A.** (1997): *Opportunity Recognition*, in: Bygrave, W.D. (Hrsg.): *The Portable MBA in Entrepreneurship*, John Wiley & Sons, S.27-58.
- Tversky, A. und Kahnemann, D.** (1971): *The belief in the „law of small numbers“*, Psychological Bulletin, 76, S.105-110.
- Tversky, A. und Kahnemann, D.** (1974): *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*, Science, 185, S.1124-1131.

- Twaalfhoven, B.W.** (1993): *The role of the dynamic entrepreneur*, in: Abell, D.F. und Köllermeier, T. (Hrsg.): *Dynamic entrepreneurship in Central and Eastern Europe*, EFER, S.7-11.
- Unterkofler, G.** (1988): *Unternehmensgründung und öffentliche finanzielle Förderung*, Internationales Gewerbearchiv, S.93-106.
- Upton, N., Sexton, D. und Moore, C.** (1995): *Have we made a difference? An examination of career activity of entrepreneurship majors since 1981*, Working Paper, Baylor University.
- Van De Ven, A.H.** (1993): *The development of an infrastructure for entrepreneurship*, *Journal of Business Venturing*, 8(3), S.211-230.
- VanderWerf, P.A. und Brush, C.G.** (1989): *Achieving Empirical Progress in an Undefined Field*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(2), S.45-58.
- Vesper, K.H.** (1980): *New venture strategies*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Vesper, K.H.** (1986): *New developments in entrepreneurship education*, in: Sexton, D. und Smiler, R.: *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing, Cambridge Massachusetts, S.379-387.
- Vesper, K.H.** (1987): *Entrepreneurial Academics. How can we tell when the field is getting somewhere?*, *Journal of Small Business Management*, 25(2), S.1-7.
- Vesper, K.H.** (1988): *Entrepreneurial academics - How can we tell when the field is getting somewhere?*, *Journal of Business Venturing*, 3(1), S.1-10.
- Vesper, K.H.** (1991): *Venture Idea Discovery Mental Sequence*, in: Churchill, N.C. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.148-157.
- Vesper, K.H.** (1992): *New Venture Ideas*, in: Sahlman, W.A. und Stevenson, H.H. (Hrsg.): *The Entrepreneurial Venture*, Harvard Business School Publications, Boston, Massachusetts, S.73-85.
- Vesper, K.H.** (1993): *Entrepreneurship education*, Entrepreneurial Studies Center, The Anderson School, University of California, Los Angeles.
- Vesper, K.H.** (1994): *New Venture Experience*, Seattle, WA (Vector Books).
- Vesper, K.H.** (Hrsg.) (1981): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Vesper, K.H.** (Hrsg.) (1982): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College
- Vesper, K.H. und McMullan, W.E.** (1988): *Entrepreneurship: Today Courses, Tomorrow Degrees?*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(1), Fall 1988, S.15-28.
- Vickery, L., Pilkington, M. und Read, P.** (1990): *Entrepreneurial activities of European MBAs*, in: Donckels, R. und Miettinen, A. (Hrsg.): *New Findings and Perspectives in Entrepreneurship*, Avebury, Aldershot, England, S.115-133.
- Walsh, S.T., Kirchhoff, B.A. und Boylan, R.L.** (1996): *Founder backgrounds and entrepreneurial success: Implications for core competence strategy application to new*

- ventures, in: Reynolds et al. (Hrsg.): *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA, Babson College, S.146-154.
- Weber, J.** (1995): *Einführung in das Controlling*, 6. Auflage, Gabler, Stuttgart.
- Weber, J., Brettel, M. und Schäffer, U.** (1996): *Gedanken zur Unternehmensführung*, WHU-Forschungspapier Nr. 35, Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung, Vallendar.
- Webster, F.A.** (1977): *Entrepreneurs and ventures: An attempt at classification and clarification*, *Academy of Management Review*, 2, S.54-61.
- Welsh, J.A. und White, J.F.** (1981): *Converging on the characteristics of Entrepreneurs*, in: Vesper, K.H. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.504-515.
- White, S.W. und Reynolds, P.D.** (1994): *What can the public sector do to increase business starts?*, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, in: Bygrave, W.D. et al. (Hrsg.): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, S.1-15.
- Whitehill, M.** (1996): *Strategy foresight: The future of strategy research*, *Long Range Planning*, 29(2), S.249-254.
- Wiedemeyer, G., Aldrich, H.E. und Staber, U.** (1995): *Von Gründungspersonen zu Gründungsraten*, *Die Betriebswirtschaft*, 55(2), S.221-236.
- Wöhe, G.** (1993): *Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, Verlag Vahlen, München.
- Woo, C.Y., Cooper, A.C. und Dunkelberg, W.C.** (1991): *The development and interpretation of entrepreneurial typologies*, *Journal of Business Venturing*, 6(2), S.93-114.
- Woodruff, R.B., Cadotte, E.R.** (1987): *Analyzing market opportunities for new ventures*, *Survey of Business*, S.10-15.
- Wortman, M.S.** (1986): *A unified framework, research typologies, and research prospectuses for the interface between entrepreneurship and small business*, in: Sexton, D. und Smiler, R. (Hrsg.): *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing, Cambridge Massachusetts, S.273-331.
- Wortman, M.S.** (1987): *Entrepreneurship: An integrating typology and evaluation of the empirical research in the field*, *Journal of Management*, 13, S.259-279.
- Wortman, M.S.** (1992): *The state of the art in entrepreneurship and opinion*, Monograph presented at the National Academy of Management Conference, Las Vegas, August 10.
- Wyckham, R.G. und Wedley, W.C.** (1990): *Factors related to venture feasibility analysis and business plan preparation*, 28(4), S.48-59.
- Zeithaml, C.P. und Rice, G.H.** (1987): *Entrepreneurship/small business education in American Universities*, *Journal of Small Business Management*, 25(1), S.44-50.