

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
1 Die wirtschaftliche Bedeutung von erfolgreichen Unternehmen	1
1.1 Der Ausgangspunkt: Die Realisierung von Erfolg	5
1.2 Die Methode: Das Instrument der Erfolgsforschung.....	7
1.3 Das Resultat: Die Identifikation von Erfolgsfaktoren.....	10
1.4 Die Problematik: Die Linearität der Erfolgsfaktoren.....	12
1.5 Zielsetzung und Vorgehensweise der Arbeit.....	15
2 Darstellung der Unternehmensgründung im Untersuchungsansatz.....	20
2.1 Die Systematisierung von Gründungsformen.....	20
2.2 Die Abgrenzung einer Unternehmensgründung von Wachstumsunternehmen.....	24
2.3 Die Phasen einer Unternehmensgründung.....	27
2.3.1 Die Early Stage	27
2.3.2 Die Expansion Stage	30
2.3.3 Die Later Stage.....	33
2.4 Spezifikation des Untersuchungsobjekts ‚Unternehmensgründung‘	34
3 Die Grundlagen der Erfolgsfaktorenforschung.....	38
3.1 Begriffliche Grundlagen.....	40
3.1.1 Der Erfolg	41
3.1.2 Der Erfolgsfaktor	43
3.1.3 Das Erfolgspotential.....	46
3.1.4 Die Wirkungsrelation.....	47
3.1.5 Das Erfolgsmaß.....	50
3.2 Ziele der Erfolgsfaktorenforschung.....	51
3.3 Methoden der Erfolgsfaktorenforschung.....	53
3.3.1 Der Aspekt der Spezifität.....	54
3.3.2 Der Aspekt der Präzision	56

3.3.3	Der Aspekt der Kausalität	60
3.3.4	Das Methodenraster der Erfolgsfaktorenforschungsmodelle.....	62
3.4	Betrachtung der Erfolgsfaktorenforschung als Instrument der empirischen Sozialforschung.....	63
3.4.1	Einordnung in den Kontext der Wissenschaftstheorie	64
3.4.2	Einordnung in die Methodenwahl der empirischen Forschung	67
3.5	Kritik und Grenzen der Erfolgsfaktorenforschung	71
3.5.1	Im Anspruch der Erfolgsfaktorenforschung begründete Kritik	73
3.5.2	In der Methodik der Erfolgsfaktorenforschung gelegene Kritik.....	76
3.6	Würdigung der Methoden der Erfolgsfaktorenforschung	79
3.7	Die postulierte Linearität in der Erfolgsfaktorenforschung.....	83
4	Die Erfolgsfaktorenforschung bei Unternehmensgründungen	85
4.1	Das Forschungsumfeld in der Unternehmensgründung.....	85
4.1.1	Die Dimensionen des Forschungsfeldes nach Low und MacMillan.....	86
4.1.2	Die Gründungsforschung im Kontext der Erfolgsfaktorenforschung.....	93
4.2	Die Erfolgsfaktorenforschung innerhalb der Gründungsforschung.....	95
4.3	Das Modell der Determinanten des Gründungserfolgs.....	97
4.3.1	Die Gründungsperson	101
4.3.2	Das Gründungsumfeld	102
4.3.3	Die Gründungsressourcen	104
4.3.4	Die Gründungsstrategie.....	105
4.3.5	Die Gründungsumsetzung.....	106
4.3.6	Die Gründungswahrnehmung	107
4.4	Die Performancemessung in der Gründungsforschung.....	107
4.4.1	Objektive Performancemessung	111
4.4.2	Subjektive Performancemessung.....	113
4.4.3	Gründungsspezifische Aspekte und Lösungsansätze der Performancemessung.....	115
4.5	Abgrenzung und Strukturierung der Unternehmensgründung vor dem Hintergrund der Erfolgsfaktorenforschung	121
5	Bisherige Ergebnisse der Erfolgsfaktorenforschung bei Unternehmensgründungen vor dem Hintergrund der Wirkungsrelation	123
5.1	Aspekte der Meta-Analyse von Einflussfaktorenstudien.....	123
5.2	Analyserahmen der Erfolgsfaktorenrecherche.....	127
5.3	Signifikante Wirkungszusammenhänge des Faktors ‚Gründerperson‘	130
5.3.1	Persönlichkeit des Gründers.....	131
5.3.2	Motivation.....	134
5.3.3	Teamgründungen	137
5.3.4	Netzwerkaktivität	140

5.3.5 Zusammenfassende Überlegungen zu den Wirkungsrelationen	146
5.4 Signifikante Wirkungszusammenhänge des Faktors ‚Branchenstruktur‘	147
5.4.1 Wettbewerbsbarrieren	149
5.4.2 Branchenlebenszyklus bzw. Branchenattraktivität	150
5.4.3 Branchendichte und Branchendynamik	152
5.4.4 Zusammenfassende Überlegungen zu den Wirkungsrelationen	153
5.5 Signifikante Wirkungszusammenhänge des Faktors ‚Gründungsorganisation‘	153
5.5.1 Gründungsstruktur	154
5.5.2 Strategischer Fit	157
5.5.3 Wahl der Rechtsform	158
5.5.4 Zusammenfassende Überlegungen zu den Wirkungsrelationen	160
5.6 Signifikante Wirkungszusammenhänge des Faktors ‚Gründungsressourcen‘	161
5.6.1 Humankapital	162
5.6.2 Finanzkapital	166
5.6.3 VC-Finanzierung	169
5.6.4 Zusammenfassende Überlegungen zu den Wirkungsrelationen	171
5.7 Signifikante Wirkungszusammenhänge des Faktors ‚Gründungsstrategie‘	172
5.7.1 Kooperationen	173
5.7.2 Wachstumsstrategie	176
5.7.3 Größe	178
5.7.4 Alter	179
5.7.5 Strategisches Verhalten	180
5.7.6 Businessplan	183
5.7.7 Wettbewerbsstrategie	187
5.7.8 Zusammenfassende Überlegungen zu den Wirkungsrelationen	190
5.8 Ausgewählte Erfolgsfaktoren für die empirische Überprüfung	191
6 Rahmenkonzept zur empirischen Analyse der Wirkungsrelation	
von ausgewählten Erfolgsfaktoren	194
6.1 Methodisches Verfahren zum empirischen Nachweis von Nicht-Linearität	
bei Wirkungszusammenhängen	194
6.2 Konzeption und Design der empirischen Überprüfung von Wirkungsrelationen ..	198
6.2.1 Methode der Datenerhebung	198
6.2.2 Design des Befragungsinstruments	203
6.2.3 Pretest, Datenbasis, Datenerhebung und Rücklauf	208
6.3 Zur Analyse der Wirkungsrelation herangezogene statistische Methoden	212
6.3.1 Theoretische und methodische Grundlage der Operationalisierung	212
6.3.2 Überprüfung der Messgüte der operationalisierten Konstrukte	214
6.3.2.1 Cronbach`s Alpha	215
6.3.2.2 Explorative Faktorenanalyse	216
6.3.2.3 Konfirmatorische Faktorenanalyse	220

6.4	Operationalisierung der exogenen latenten Variablen	227
6.4.1	Operationalisierung der Motivation	227
6.4.2	Operationalisierung der strategischen Planung.....	231
6.4.3	Operationalisierung der Organisationsstruktur	234
6.4.4	Operationalisierung des strategischen Verhaltens	237
6.5	Operationalisierung des Erfolgs.....	237
6.6	Verwendete Verfahren zur Untersuchung von Nicht-Linearitäten bei Wirkungszusammenhängen	244
6.6.1	Analyse von generellen Zusammenhängen.....	245
6.6.2	Analyse von konkreten Wirkungsrelationen.....	246
7	Empirische Analyse des Wirkungszusammenhangs von ausgewählten Erfolgsfaktoren.....	252
7.1	Deskriptive Statistik	252
7.1.1	Analyse der Untersuchungsmasse vor dem Hintergrund des idealtypischen Gründungslebenszyklus	252
7.1.2	Soziodemographische Merkmale der Gründungsunternehmen	255
7.1.3	Analyse der konstituierenden Rahmenbegebenheiten	257
7.2	Auswertung und Interpretation der Wirkungsrelationen	263
7.2.1	Wirkungsinteraktion der exogenen latenten Variablen auf die subjektiven und objektiven Erfolgsmaße	263
7.2.1.1	Wirkungsbeziehungen des Erfolgsfaktors ‚Motivation‘	264
7.2.1.2	Wirkungsbeziehungen des Erfolgsfaktors ‚Gründungsstruktur‘	268
7.2.1.3	Wirkungsbeziehungen des Erfolgsfaktors ‚Business Plan‘	272
7.2.1.4	Wirkungsbeziehungen des Erfolgsfaktors ‚Strategisches Verhalten‘	273
7.2.2	Wirkungsinteraktion der exogenen manifesten Variablen auf die subjektiven und objektiven Erfolgsmaße.....	275
7.2.2.1	Wirkungsbeziehungen des Erfolgsfaktors ‚Finanzkapital‘	275
7.2.2.2	Wirkungsbeziehungen des Erfolgsfaktors ‚Teamgründung‘	280
7.2.2.3	Wirkungsbeziehungen des Erfolgsfaktors ‚Planungskontrolle‘	281
8	Vergleichende Gesamtschau der Ergebnisse und Implikationen.....	284
8.1	Implikationen für die Praxis.....	285
8.2	Weiterer Forschungsbedarf.....	287
	Anhang I: Streudiagramme der nicht-linearen Wirkungsbeziehungen	291
	Anhang II: Fragebogen.....	297
	Literaturverzeichnis.....	309