

Reihe: FGF Entrepreneurship-Research Monographien • Band 72

Herausgegeben von Prof. Dr. Heinz Klandt, Oestrich-Winkel, Prof. Dr. Dr. h. c. Norbert Szyperski, Köln, Prof. Dr. Michael Frese, Gießen, Prof. Dr. Josef Brüderl, Mannheim, Prof. Dr. Rolf Sternberg, Hannover, Prof. Dr. Ulrich Braukmann, Wuppertal, und Prof. Dr. Lambert T. Koch, Wuppertal

Dr. Andreas Brühlhart

Opportunity Recognition und Entrepreneurship Education

Eine empirische Untersuchung an Studierenden
eines Entrepreneurship-Masterprogrammes

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Urs Baldegger,
Universität Liechtenstein



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürziungsverzeichnis.....	XXI
1 Einleitung.....	1
1.1 Motivation.....	2
1.2 Problemstellung, Zielsetzung und Forschungsfragen.....	4
1.3 Aufbau der Arbeit.....	15
2 Stand der Forschung.....	19
2.1 Opportunity Recognition.....	19
2.1.1 Existenz von Opportunities.....	20
2.1.2 Entdeckung, Identifikation oder Kreation.....	21
2.1.3 Interpersonale Unterschiede bei Opportunity Recognition.....	23
2.1.4 Kognitive Theorien zu Opportunity Recognition.....* *.....	35
2.2 Entrepreneurship Education.....	38
2.2.1 Überblick.....	39
2.2.2 Wirkung von Entrepreneurship Education.....	45
2.2.3 Opportunity Recognition in der Entrepreneurship Education.....	47
2.3 Bedeutung der Literatur für den Fortgang der Arbeit.....	51
2.3.1 Literatur zu Opportunity Recognition.....	51
2.3.2 Literatur zu Entrepreneurship Education.....	54
3 Theoretischer Bezugsrahmen und Hypothesenbildung.....	55
3.1 Eine kognitive Perspektive.....	55
3.1.1 Analogien und Structural Alignment.....	59
3.1.2 Lernfortschritt.....	63
3.2 Hypothesen.....	75

3.2.1	Abhängige Variable: Opportunity Recognition.....	75
3.2.2	Abhängige Variable: Opportunity.....	77
4	Empirie.....	79
4.1	Forschungsdesign.....	80
4.1.1	Untersuchungsaufbau und Sample.....	80
4.1.2	Datenerhebungsinstrumente.....	81
4.1.3	Operationalisierung.....	85
4.2	Durchführung der Datenerhebung.....	92
4.3	Statistische Auswertung.....	93
4.3.1	Auswertungsverfahren.....	93
4.3.2	Deskriptive Ergebnisse und Erklärungen.....	96
4.3.3	Hypothesenprüfung.....	112
5	Diskussion.....	173
5.1	Bewertung der Resultate in Bezug auf die Forschungsfrage.....	173
5.1.1	Veränderung von Opportunity Recognition.....	174
5.1.2	Veränderung identifizierter Opportunities.....	175
5.1.3	Bedeutung der interpersonellen Unterschiede.....	177
5.2	Wissenschaftlicher Beitrag der Resultate.....	178
5.3	Praktischer Beitrag der Resultate.....	180
5.3.1	Bedeutung für die unternehmerische Praxis.....	180
5.3.2	Bedeutung für die Entrepreneurship Education-Programme.....	182
5.4	Einschränkungen der Untersuchung.....	185
5.5	Ausblick.....	189
6	Anhang.....	193
6.1	Fallstudie $t_{(1)}$ - Flexopans.....	194
6.2	Fallstudie $t_{(2)}$ - Smart.....	196
6.3	Fallstudie $t_{(3)}$ - 3D-Print.....	198

6.4 Fragebogen tO (ohne NEO-FFI).....200

6.5 Fallstudie t, - PrimeSensc.....".....218

6.6 Fallstudie ti - lmetric.....220

6.7 Fallstudie tl-CreenTeg......V.....222

6.8 Fragebogen tj.....224

6.9 Codierschema.....237

6.10 Codierbeispiclc.....240

6.11 Opportunities tO.....243

6.12 Opportunities tl.....244

6.13 Bewertung der Opportunities durch Experten.....245

6.14 Korrelationsmatrix.....246

Literaturverzeichnis.....247