

Katharina Hölzle/VictorTiberius/Heike Surrey (Hrsg.)

Perspektiven des Entrepreneurships

Unternehmerische Konzepte zwischen Theorie und Praxis

1. Auflage

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
Katharina Hölzle, Victor Tiberius, Heike Surrey	
1. Aspekte, Standpunkte und Ausblicke: Perspektiven des Entrepreneurships	13
I Person und Persönlichkeit des Entrepreneurs	19
Victor Tiberius	
2. Traits, Kognition, Kompetenzen, Verhalten? Erfolgsdeterminanten im Entrepreneurship	21
Ruth Herrmann, Jens Leker	
3. Erfolgreiche Unternehmensgründung im Spannungsfeld von Entrepreneur-Persönlichkeitsmerkmalen und Gründungssituationen	33
Bastian Haiecker, Henrik Rackow, Ralf Waubke	
4. Kombinatorische Intelligenz von Entrepreneuren	47
Cord Siemon, Daniel von Wedel	
5. Motivation, Volition und Resilienz im Kontext unternehmerischen Handelns – Ein evolutorischer Blickwinkel	61
Heike Surrey	
6. Leadership in Social Enterprises- Der generalistische Ansatz?	77
Bernd Seel	
7. Unternehmensnachfolge als existenzielles Schlüsselereignis – Zusammenhänge zwischen Neugründung und Übernahmegründung	91
II Die unternehmerische Organisation	99
II.a Unternehmerisches Denken	99
Malte Brettel, Andrea Greven, Markus Kröckel	
8. Entrepreneurship in der volatilen Welt – Ein Framework zum Management disruptiven Wandels	101
Harald von Korflesch, Bernd Schneider, Quizhou Lu	
9. Systemic Entrepreneurial Design Thinking®	117

Inhaltsverzeichnis

Orestis Terzidis, Nadja Hatzijordanou

10. Das Competitor Analysis Framework: Ein Design Science Ansatz
zur Entwicklung einer methodischen Wettbewerbsanalyse bei Start-ups 123

Thomas Hering, Daniel Gerbaulet

11. Planung junger Unternehmen im Lichte ihrer institutionellen Merkmale 141

Jörn Littkemann, Sarah Maizi, Hayma Dakkak

12. Einfluss der kulturellen Vielfalt auf die Innovationsfähigkeit von Unternehmen 153

II.b Entrepreneurial Finance 165

Carolin Bock, Niklas Adolph

13. Erfolgsfaktoren von Initial Coin Offerings junger Unternehmen 167

Monika Schuhmacher, Stephan Philippi, Tristan Herbold

14. Die Wirksamkeit von Signalen im Crowdfunding – Eine qualitative Analyse 183

Reinhard Schulte

15. Entrepreneurial Investing: Das Investitionsverhalten junger Unternehmen 199

Max Höllen, Elmar D. Konrad

16. Cultural Entrepreneurship and Entrepreneurial Finance – Wie gehen Kultur- und
Kreativschaffende mit dem »wunden Punkt« einer jeden Gründung um? 211

Fabian Dittrich, Jan Schmitz

17. Entrepreneurial Finance – Die Besonderheiten der Finanzierung von Start-ups 221

III Erscheinungsformen des Entrepreneurships 237

III.a Corporate Entrepreneurship 237

Peter Witt

18. Unternehmerisches Verhalten von Mitarbeitern in großen Unternehmen 239

Nicolas Megow, Rüdiger Kabst

19. Corporate Entrepreneurship durch die Allokation von Ressourcen 251

Christian Müller-Roterberg

20. Corporate Entrepreneurship – Lessons Learned aus dem Start-up-Bereich für die
Ausgestaltung der Innovationskultur 263

Katharina Hölzle, Oliver Kullik	
21. Corporate Accelerator- Bindeglied, Brückenbauer und Befähiger von Start-ups	283
Ronald Gleich, Diane Robers, Tim Blume	
22. Open-Innovation-Initiativen – Start-ups als neue Unternehmensstrategie	299
III.b Digital Entrepreneurship	311
Matthias Hartmann, Leonhard Gebhardt, Ralf Waubke	
23. Empirische Erfahrungen zum Digital Entrepreneurship in KMU	313
Tobias Kollmann	
24. Digital Entrepreneurship – Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft	331
Anna Frieda Rosin, Dorian Proksch, Stephan Stubner, Andreas Pinkwart	
25. Digital Entrepreneurship – Eine kritische Betrachtung der Vorteile der Digitalisierung für Start-ups	343
Patrick Figge	
26. Opportunity Discovery und Opportunity Creation – Die Entdeckung und Gestaltung unternehmerischer Gelegenheiten im Zeitalter digitaler Technologien	353
III.c Academic Entrepreneurship	363
Teita Bijedic, Stefan Schneck, Christian Schröder	
27. Unternehmerisches Verhalten von Wissenschaftler*innen in Deutschland	365
Stephanie Birkner, Juliane Friedrich	
28. Female Entrepreneurship – Perspektiven im Spannungsfeld gesellschaftlichen Engagements und wissenschaftlicher Exzellenz	373
III.d Andere Formen des Entrepreneurships	391
Christiana Weber	
29. Die Comparability Methode – Ein Verfahren zur sektor- und länderübergreifenden Vergleichbarkeit sozialer Interventionen	393
Katharina Hölzle, Fabian Gerhardt	
30. Sustainable Entrepreneurship – Eine Begriffsdefinition und Forschungsagenda	403

Tobias Ebbing

31. Accidental und User Entrepreneurship 415

IV Systemische Betrachtung des Entrepreneurships 431

IV.a Entrepreneurial Ecosystems 431

Stefanie Bröring, Thomas Craemer

32. Entrepreneurship im Kontext von Konvergenz – Wie gelingt die
»Opportunity Recognition«? 433

Michael Fritsch, Michael Wyrwich

33. Langfristige regionale Trends unternehmerischer Selbstständigkeit
reflektieren unternehmerische Kultur 447

Thorsten Lammers, Maren Borkert, Nathalie Sick

34. Unternehmertum in der digitalen Stadt – Welche Rolle spielt die digitale Gründerszene
für die Wettbewerbsfähigkeit von Smart Cities? 461

Mark Euler, Sarah Herzog, Bernhard H. Vollmar

35. Entrepreneurial Ecosystems als Perspektive des Entrepreneurships – Möglichkeiten und
Grenzen des Designs 469

IV.b Entrepreneurship Education 481

Heiko Haase, Arndt Lautenschläger

36. Gründungsausbildung an Hochschulen – Typologie und Ausgestaltungsoptionen 483

Julia Gunnoltz, Sven Ripsas

37. Identität, Beziehung, Kontext – Auswirkungen einer sozial-konstruktionistischen
Perspektive auf die Gestaltung der Entrepreneurship Education 495

Kai Thürbach

38. Die Rolle von Hochschulen und Entrepreneurship Education bei der Entwicklung
regionaler Entrepreneurship Cluster 507

Nida ulHabib Bajwa, Cornelius J. König

39. Akademisches Unternehmertum an afrikanischen Hochschulen 517

Wolf-Dieter Hasenclever		
40. Entrepreneurship Education und digitale Bildung		529
Katja Puteanus-Birkenbach		
41. Entrepreneurship Education – Digitale Welten und analoge Wirklichkeiten		541
Die Herausgeberinnen und der Herausgeber		553
Die Autorinnen und Autoren	?	555