








Schriftenreihe

am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre,
Unternehmensführung und Betriebliche Umweltpolitik
Prof. Dr. Reinhard Pfriem

-  Kulturwissenschaft
-  Unternehmensführung
-  Consulting
-  Nachhaltigkeit
-  Regionalforschung

Andreas Aulinger

**Entrepreneurship –
Selbstverständnis und Perspektiven einer
Forschungsdisziplin**

Nr. 01/2003

Inhaltsübersicht

EINLEITUNG	1
1. WURZELN DER ENTREPRENEURSHIP-FORSCHUNG.....	4
2. DAS VERSCHWINDEN DER ENTREPRENEURSHIP-FORSCHUNG	7
2.1 Der Entrepreneur in der entstehenden deutschen Betriebswirtschaftslehre	8
2.2 Der Entrepreneur in der angelsächsischen Business Administration.....	11
3. DER ENTREPRENEUR IST ZURÜCKGEKEHRT	13
4. VORSCHLÄGE ZUR FOKUSSIERUNG DER ENTREPRENEURSHIP-FORSCHUNG.....	18
4.1 Low und MacMillan 1988	19
4.2 Shane und Venkataraman 2000.....	22
4.3 Low 2001	24
5. SPEZIALGEBIETE DER ENTREPRENEURSHIP-FORSCHUNG	29
5.1 Women Entrepreneurship	29
5.2 Ecopreneurship	30
5.3 Corporate Entrepreneurship und Intrapreneure	31
5.4 Entrepreneurship in Entwicklungsländern.....	35
6. POSITIONEN ZUR ENTREPRENEURSHIP-FORSCHUNG	36
6.1 Positionierung der Entrepreneurship-Forschung.....	38
6.2 Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung	42
LITERATURVERZEICHNIS	47

Einleitung

Ein neuer, schillernder Begriff hat zum Ende der 90er Jahre die deutschsprachige Betriebswirtschaftslehre erreicht: Entrepreneurship gesellt sich zu dem in diesem Sprachraum bisher alleine verwendeten Terminus des Unternehmertums. Der Begriff Entrepreneur kommt zwar aus dem angloamerikanischen Sprachraum nach Europa, seine ursprünglichen Wurzeln liegen aber in Frankreich. Das Verb „entreprendre“ bedeutet soviel wie „unternehmen“. Es wurde als Substantiv erstmalig im frühen 16. Jahrhundert in Frankreich als Bezeichnung für eine bestimmte Art von Unternehmern, nämlich die Organisatoren und Ausrichter von Forschungs- und Militärexpeditionen genutzt.¹

Obwohl der Entrepreneur in der direkten Übersetzung auch ein Unternehmer ist, schafft der Begriff eine wichtige Differenz zwischen zwei Formen des Unternehmertums. Wenn von Entrepreneuren die Rede ist, dann sind damit immer nur die Unternehmer gemeint, die ein Unternehmen aufbauen, aufgebaut haben oder innovativ weiterentwickeln. Das bloße Besitzen oder (Weiter-)Führen eines Unternehmens reicht zwar aus, um als Unternehmer, nicht aber, um als Entrepreneur bezeichnet zu werden.

In den vergangenen zehn Jahren ist die verfügbare Literatur zum Entrepreneurship rasant gewachsen. Ausgangspunkt war zweifellos die sich etablierende Entrepreneurship-Forschung in den USA und die dort entstehenden „Center for Entrepreneurship“ sowie eigene Master-Studiengänge an verschiedenen Business Schools. Noch 1990 schrieb Marc Casson, der als Wiederentdecker der Unternehmerfigur gehandelt wird: „Entrepreneurship is an important and, until fairly recently, sadly neglected subject.“² Erst im Zuge der New Economy und des mit ihr erlebten Gründerbooms ist das Thema Entrepreneurship auch in Deutschland sehr präsent geworden. Auch nach dem Einbruch der New Economy bzw. ihres Kapitalisierungsbarometers, dem Neuen Markt, hält das Interesse an dem neu entdeckten Thema unvermindert an. Chancen auf Wirtschaftswachstum, neue Arbeitsplätze und Innovationen sind der Antrieb dafür, dass zahlreiche Institutionen rings um das Thema Unternehmensgründung und Entrepreneurship entstanden sind und weiter entstehen. 1987 wird mit dem Förderkreis Gründungs-Forschung e.V. erstmalig eine Institution in Deutschland geschaffen, die sich um die Verankerung

¹ Vgl. Ellis 1975.

² Casson 1990, S. XIII.

der Gründungsforschung an Hochschulen bemüht.¹ Während sich Anfang der 90er Jahre noch wenig greifbare Erfolge einer solchen Verankerung ausmachen lassen, wächst die Zahl solcher Lehrstühle oder Professuren, die sich in Deutschland explizit der Gründungsforschung und in aller Regel gleichzeitig der Ausbildung von Gründern zuwenden, bis Ende 2002 auf 49 an. Davon entfallen 21 auf Universitäten und 28 auf Fachhochschulen.²

Im gesamten Bundesgebiet ist eine nicht mehr zu überschauende Anzahl an Gründungsinitiativen, Geschäftsplan-Wettbewerben und Beratungsangeboten für Gründungswillige entstanden.³ So hat das Bundeswirtschaftsministerium jüngst einen Suchkatalog ins Internet gestellt, der den Zugriff auf über 10.000 gründungsrelevante Webseiten, Beratungs- und Förderangebote erleichtern soll.⁴ Aber auch die Entrepreneurship-Forschung weist mittlerweile ein beliebig hoch erscheinendes Maß an Ausrichtungen und Vertiefungsbereichen auf. Als Konsequenz daraus beschäftigt sich diese junge Disziplin mehr als manche andere wirtschaftswissenschaftliche Disziplin immer wieder mit der Frage, was ihr Forschungsgegenstand und ihr Forschungsinteresse sei oder zumindest sein sollte. Diese Frage mag überraschen, da der Entrepreneur doch in keiner anderen wirtschaftswissenschaftlichen Disziplin im Vordergrund steht. Es scheint jedoch so, dass er in sehr vielen anderen Disziplinen entweder unter anderem Namen oder zumindest im Hintergrund vertreten ist. Die noch junge deutsche Auseinandersetzung mit Entrepreneuren ist von diesen Fragestellungen noch weniger eingeholt als es in der angloamerikanischen Forschung der Fall ist.

In dieser Situation will das vorliegende Papier einen Überblick über die Entwicklung und das aktuelle Selbstverständnis der Entrepreneurship-Forschung schaffen. Außerdem soll eine eigene Positionierung zur Formierung, zum Gegenstand und zu möglichen theoretischen und methodischen Zugriffen erfolgen.

Im ersten Kapitel soll dafür zunächst auf diese historischen Spuren des Entrepreneurs und der Erforschung seines Tuns hingewiesen werden. Anschließend (2)

¹ Siehe www.fgf-ev.de.

² Vgl. Klandt/Knaup 2002.

³ Berühmter Vertreter ist etwa „First Tuesday“, das weltweit größte Netzwerk für das neue Unternehmertum. Jeden ersten Dienstag im Monat finden die "First Tuesdays" in außergewöhnlichen „Locations“ statt. Unter dem Motto: „Wir bringen die Vertreter von High-Tech und High-Growth-Branchen qualifiziert zusammen“ ist First Tuesday nicht nur die bekannteste, sondern auch die moderne Gründungscommunity schlechthin. Einen Überblick zum Stand entsprechender Initiativen Ende 2001 an deutschen Hochschulen findet sich bei Papenheim/Görisch/Kulicke 2001.

⁴ Siehe www.gruenderkontakte.net.

wird gefragt, warum der schon so früh in der Ökonomie beschriebene Entrepreneur zwischenzeitlich ganz aus dem Blickfeld der Wirtschaftswissenschaften verschwunden war und (3) welchen Umständen er seine Rückkehr in den vergangenen zwei Jahrzehnten zu verdanken hat. Dies wird Aufschluss über die verschiedenen Interpretationen des Begriffs des Entrepreneurs bringen und überleiten zu der Frage, was die Entrepreneurship-Forschung aus Sicht wichtiger Vertreter dieser Disziplin primär erkunden sollte (4) und welche jüngeren Forschungsinteressen die weitere Entrepreneurship-Forschung prägen könnten (5). Zum Abschluss wird eine eigene Position zum Verständnis des Begriffs des Entrepreneurs und zum Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung vorgestellt (6).

1. Wurzeln der Entrepreneurship-Forschung

Auch wenn der Begriff des Entrepreneurs erst in den vergangenen Jahren die Aufmerksamkeit der Betriebswirtschaft auf sich zieht, so ist das Nachdenken über das Unternehmertum als solches natürlich keineswegs neu. Mit der Wiederentdeckung des Unternehmers als Entrepreneur wird auch gerne vom Unternehmer im „Schumpeterschen“ Sinne gesprochen. Neben Schumpeter, der als eine der zentralen Figuren der Entrepreneurship-Forschung des vergangenen Jahrhunderts anerkannt wird, lassen sich aber noch eine ganze Reihe weiterer, historischer Spuren der Entrepreneurship-Forschung ausmachen. Nun soll hier nicht bis in unsere Vorgeschichte zurückgegangen werden, um nach Spuren der Beschreibung unternehmerischen Handelns zu suchen.¹ Es sollen aber einige Sichtweisen auf den Entrepreneur vorgestellt werden, die zumindest in das 18. Jahrhundert und den Beginn des Freihandels, der Politik des laissez faire, und die sich etablierende Wissenschaftsdisziplin der Ökonomie zurückreichen.

So wird dem Iren Richard Cantillon die Ehre zugesprochen, mit seinem 1730 veröffentlichten „Essay on the Nature of Commerce“² die erste Theorie des Entrepreneurship vorgelegt zu haben. Darin bezeichnet Cantillon Land als die Quelle allen Wohlstandes und er beschreibt drei Typen von zugehörigen Wirtschaftsakteuren: (1) die finanziell unabhängigen Landbesitzer, (2) Entrepreneur, die sich auf eigenes Risiko im Tausch von Marktgütern betätigen und (3) angestellte Personen, die die Sicherheit eines festen Einkommens suchen. Der Entrepreneur Cantillons war daher alleine durch seine Bereitschaft gekennzeichnet, ökonomische Risiken einzugehen und ggf. hohe Profite daraus zu ziehen. Er war in dieser ersten Theorie nicht gekennzeichnet durch besonderen Innovationsgeist oder herausragende Führungseigenschaften. Solche Merkmale wurden erst in späteren Betrachtungen der Person des Entrepreneurs zugeordnet. Eine Zusammenfassung englischer, amerikanischer und deutscher Wirtschaftsschulen des beginnenden 20. Jahrhunderts durch Jennings informiert über die zum Teil sehr verschiedenen, dem Entrepreneur zugeschriebenen Funktionen und Rollen (siehe Tab. 1):³

¹ Vgl. dazu etwa Wren 1987, der auf der Suche nach Wurzeln der Entrepreneurship-Forschung bis in die griechische Mythologie zurückblickt.

² Informationen zum Werk Cantillons sind entnommen aus Scott 1933 und Knight 1956.

³ Vgl. Jennings 1994, S. 55ff.

Francis Edgeworth (1845 – 1926)	Entrepreneur is a <i>coordinator</i> and middleman that never disappears, even in general equilibrium.
Alfred Marshall (1842 – 1924)	Entrepreneur is a business leader and head of a firm – innovating, coordinating, responding to profit signals, and <i>bearing risk</i> .
Frederick Hawley (1843 – 1929)	Entrepreneur is an <i>owner</i> or enterpriser who makes decisions regarding what product or service is to be produced and is also the <i>bearer of uncertainty</i> .
John Bates Clark (1847 – 1938)	Entrepreneur is not an uncertainty bearer but an <i>arbitrageur</i> who shifts resources toward their most profitable uses.
Irving Fisher (1867 – 1947)	Entrepreneur is a <i>bearer of uncertainty</i> who reduces the randomness of uncertainty by making forecasts and deciding what to do based on subjective speculation. His role as profit receiver makes him an important and distinct economic agent.
Frank Knight (1885 – 1972)	Entrepreneur is an <i>decision maker in an uncertain environment</i> . In that role he determines consumers' wants and secures various services and materials to produce the product or service. Profits received are not for dealing with uncertainty but are the uncertainty-based differences between the anticipated value of resource services and their actual value.
Joseph Schumpeter (1883 – 1950)	Entrepreneur is an <i>innovator</i> who carries out new combinations of economic development, which are new goods, a new method of production, new markets, new sources of raw material, or a new organizational form.

Tab. 1: Dem Entrepreneur historisch zugeschriebene Funktionen und Rollen

Im Folgenden soll zunächst ein Blick auf das Werk Schumpeters geworfen werden, das aus heutiger Sicht als wichtigster Impulsgeber für die Diskussion zum Entrepreneurship betrachtet wird. Erst anschließend sollen, dann aber zum Teil eher kritisch, auch die anderen hier aufgeführten Sichtweisen noch einmal gewürdigt werden. Kritisch deshalb, weil mit ihnen auch erklärt wird, warum der Entrepreneur in der ökonomischen Theorie des 20. Jahrhunderts letztlich sehr wenig Gewicht erhalten hat.

Schumpeter schrieb bereits in den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts dem Unternehmer¹ den Wunsch zu, Neues zu erschließen, gewohnte Bahnen zu verlassen und „träumerische Gedanken“ Wirklichkeit werden zu lassen. Die Leistung des Unternehmers bestehe nicht darin, Erfindungen zu machen, sondern „Vorhande-

¹ Schumpeter verwendet den Begriff des Entrepreneurs in seinen deutschen Schriften nicht, sondern den des Unternehmers. Englische Übersetzungen seiner Texte verwenden dagegen ausschließlich den Begriff des Entrepreneurs. Die Übernahme des Begriffs Entrepreneur in den deutschen Sprachgebrauch findet gerade erst statt.

nes zu entdecken“ und erfolgreich in den Markt einzuführen.¹ Diese Unterscheidung von „erfinden“ und „in den Markt einführen“ findet heute ihren Niederschlag in den Begriffen der Invention und der Innovation. Die bloße Erfindung ist solange noch keine Innovation, wie sie nicht wirtschaftlich umgesetzt, also in einen Markt eingeführt ist.² Für Schumpeter ist es wichtig zu betonen, dass der Unternehmer keineswegs der Erfinder von Neuerungen sein muss. „Die Funktion des Erfinders oder überhaupt Technikers fallen nicht zusammen. Der Unternehmer kann auch Erfinder sein und umgekehrt, aber grundsätzlich nur zufälligerweise.“³

Dennoch muss auch der Vermarkter von Erfindungen, also der Entrepreneur, kreativ und in gewisser Weise erfinderisch sein. Zum einen, wenn es darum geht, für vorhandene Erfindungen eine neue, bis dahin nicht erkannte oder nicht artikuliertete Nachfrage zu wecken und zu bedienen. Dies wird kurz mit der wichtigen Qualität eines Entrepreneurs „Vorhandenes entdecken“ bezeichnet. Die Entdeckungsfunktion kann aber auch darin zum Ausdruck kommen, dass aus vorhandenen Teilen neue Angebote für neue Märkte geschaffen werden. „Neu kombinieren“ ergänzt daher das „Entdecken von Vorhandenem“, und beide zusammen bilden ausgesprochen kreative Momente in der Beschreibung eines Entrepreneurs durch Schumpeter. Schumpeter verklärte jedoch das Wesen des Entrepreneurs keineswegs. Bei der Frage nach den Motiven für solch ein Handeln spielen Freude am Gestalten und Siegerwille zwar wichtige Rollen, aber es sind dies nicht die einzigen beobachtbaren Motive. Daneben, so Schumpeter, ist „der Traum und der Wille, ein privates Reich zu gründen, meist, wenngleich nicht notwendig, auch eine Dynastie. Ein Reich, das Raum gewährt und Machtgefühl, das es im Grund in der modernen Welt nicht geben kann, das aber die nächste Herausforderung an Herrenstellung ist, die diese Welt kennt ...“⁴

¹ Vgl. Schumpeter 1993, S. 125ff.

² Diese umgangssprachlich wenig vertraute Unterscheidung ist heute die Grundlage jedes Lehrbuches über Innovationen oder Innovationsmanagement. Schumpeter selber benutzte übrigens auch die Begriffe der Invention oder der Innovation nicht.

³ Schumpeter 1993, S. 129.

⁴ Ebd., S. 138.

2. Das Verschwinden der Entrepreneurship-Forschung

Um zu verstehen, warum die Entrepreneurship-Forschung trotz der heute so richtungweisend wirkenden Arbeiten von Schumpeter erst Ende des 20. Jahrhunderts eine solche Bedeutung erlangt hat, dass sich eigene wissenschaftliche Gemeinschaften diesem Forschungsfeld zuordnen, muss noch einmal ein Blick auf die verschiedenen Funktionen geworfen werden, die in der ökonomischen Theorie dem Entrepreneur zugeordnet wurde.¹

- Spekulationsgeschäft
- Koordination
- Besitzer von Produktionsmitteln
- Arbitrageur
- Entscheidungsträger
- Innovator

Die ökonomische Theorie hat auf zahlreichen Wegen versucht, diese Funktionen abzubilden und in eigene Modellwelten zu integrieren. Paradigmatischer Hintergrund dieser Bemühungen war das statische Gleichgewichtsmodell der Ökonomik. Beginnend mit der Idee der „unsichtbaren Hand des Marktes“ von Adam Smith, über die Keynes'sche Theorie und den Einzug der Mathematik in die Ökonomik war zwar Platz für die Modellierung von Spekulationsgeschäften, von Koordinationseffizienz, von Eigentum, von Arbitragegeschäften und, zumindest ein gutes Stück weit, auch für die Modellierung von Entscheidungsvorgängen. Das Phänomen der Innovation jedoch war in eine solche Modellwelt nicht zu integrieren.

“Mathematics introduced greater precision to economics, and thereby promised to increase the power of economics to predict. Yet it was a two-edged sword. Its sharp edge cut through the tangled confusion of real world complexity, making economics more tractable and accelerating its theoretic advance. But this blunt edge hacked away one of the fundamental forces of economic life – the entrepreneur. Because there was not and is not a satisfactory mathematics to deal with the dynamics of economic life, economic analysis evolved by concentrating on comparative statics and the entrepreneur took on a purely passive, even useless, role.”²

¹ Die verwendete Aufzählung geht zurück auf Barreto 1989, S. 4ff. Hebert und Link unterscheiden in ihrer Auswertung historischer Literatur zur Ökonomie sogar zwölf verschiedene Rollen, die dem Entrepreneur zugewiesen werden. Vgl. Hebert/Link 1989.

² Herbert/Link 1989, S. 48.

Solange Entrepreneurere lediglich als Spekulanten oder Arbitrageure verstanden werden, finden sie zwar Platz in der ökonomischen Gleichgewichtstheorie, erfüllen gesamtgesellschaftlich jedoch weder eine besonders glamouröse noch eine besonders wichtige Funktion. Der Entrepreneur wird hier zum Verwerter von Kapital und zum Optimierer von Gewinn. Kirzner, obwohl selbst zunächst der Idee des Arbitrageurs zugewandt, erläutert Ende der 90er Jahre in aller Deutlichkeit, warum Gleichgewichtstheorien eine eigene Entrepreneurship-Forschung verhindert haben:

„Es wurde postuliert, dass die Realität die Gleichgewichtsbeziehungen entsprechend den zugrunde liegenden determinierten Variablen wie Geschmack, zur Verfügung stehende Ressourcen und technologische Möglichkeiten ausdrückt. Was immer die analytischen Verdienste dieses Modells sein mögen, es ist Ausdruck eines Verständnisses von Marktwirtschaft, in der der Unternehmer einfach nichts zu tun hat.“¹

Aber nicht nur die Ökonomen dieser Zeit hatten in ihren Modellwelten für einen Schumpeterschen Innovator wenig Platz. Weder die aufkeimende deutsche Betriebswirtschaftslehre noch die angelsächsische Business Administration vermochten ihn zu fassen. Nachfolgend werden beide Entwicklungsstränge separat skizziert.

2.1 Der Entrepreneur in der entstehenden deutschen Betriebswirtschaftslehre

Schmalenbach, der um die Etablierung einer Betriebswirtschaftslehre als Kunstlehre mit Gestaltungskraft bemüht war, orientierte sich unmittelbar an Fragen der Produktivität von Betrieben und geeigneten Instrumente, um diese und damit auch gemeinwirtschaftliche Produktivität herzustellen. Der Unternehmer als solcher tritt bei ihm lediglich als Inhaber von privaten Betrieben in Erscheinung, seine Interessen und Motive bleiben im Hintergrund.

„Und so ist es nicht der Sinn unserer Betriebswirtschaftslehre zuzuschauen, ob und wie irgendjemand sich ein Einkommen verschafft. Sinn unserer Lehre ist lediglich zu erforschen, wie und auf welche Weise der Betrieb seine gemeinwirtschaftliche Produktivität beweist.“²

Zur gleichen Zeit argumentiert Rieger gegen Schmalenbachs Ideen einer aus seiner Sicht zu technisch und stofflich ausgelegten Betriebswirtschaftslehre und für die Etablierung einer Privatwirtschaftslehre. „Nicht vom Stoff, sondern vom

¹ Kirzner 1998, S. 1.

² Schmalenbach 1925, S. 69.

Geld wird das Wirtschaften dirigiert.“¹ Damit kommen bei Rieger, der mit seiner Privatwirtschaftslehre die Erklärungsfunktion der Wissenschaft bedienen möchte, die Motive des Unternehmers sehr dominant ins Spiel. Jedoch bleiben diese ausgesprochen einseitig.

„Der Unternehmer wiederum braucht vom Betriebsgebaren, vom Produktionsprozeß nichts zu verstehen, er behandelt die Dinge nur vom kapitalistischen Standpunkt. Seine Fähigkeiten liegen auf einem ganz anderen Gebiete: er muß richtig kalkulieren können, d.h. vergleichen zwischen Kosten im Betriebe und Ertrag am Markte.“²

Gutenberg, dem die wohl bedeutendste Rolle bei der Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts zukommt, geht ausführlich auf die Existenz und auch die Bedeutung unternehmerischer Verhaltensweisen ein. Er sieht, dass in Unternehmen Personen sein müssen mit “Blick für geschäftliche Situation”, mit “Kraft zur Überwindung von Schwierigkeiten”, mit “Entschlusskraft und Zähigkeit” oder mit “Elastizität im sich Anpassen an geänderte Bedingungen”³. Dennoch kommt der Entrepreneur bei Gutenberg keineswegs zu früher betriebswirtschaftlicher Beachtung. Gutenberg klammert ihn gerade in Anbetracht seines schwer bzw. unmöglich prognostizierbaren Verhaltens als „psychophysisches Subjekt“ aus seinem Gegenstand der Betriebswirtschaft aus.

„Wiewohl nun dieses psychophysische Subjekt in der Wirklichkeit dem einzelnen Unternehmen überhaupt erst Leben gibt, so kann es als ‚konstitutives Element‘ in der Unternehmung als Gegenstand betriebswirtschaftlicher Theorie doch nicht als solches irrationales Subjekt verwendet werden, sondern höchstens als ein zwischen Rationalem und seinem Inhalt zwischengeschaltetes Subjekt, das lediglich die Verbindung zwischen diesen beiden Grundelementen herstellt. Störungen und Hemmungen dürfen der Theorie aus ihm nicht erwachsen.“⁴

Der Entrepreneur passte nicht in eine sich etablierende Wissenschaft, die alleine mit der Beschreibung eines rationalen Wirtschaftens große Herausforderungen zu bewältigen hatte. Freilich hatte dies massiven Einfluss auf das Selbstverständnis der entstehenden Betriebswirtschaftslehre.

In Kritik an den selbst auferlegten Beschränkungen und auf der Suche nach größerer Nähe zum Erfahrungsobjekt Unternehmen erfolgt Ende der 60er und Anfang der 70er Jahre die sozialwissenschaftliche Öffnung der Betriebswirtschaftslehre.

¹ Rieger 1984, S. 33 (1. Auflage 1929).

² Rieger 1984, S. 42.

³ Gutenberg 1929, S. 40.

⁴ Gutenberg 1929, S. 41.

Entscheidungs- und Verhaltenstheorien werden, begleitet von obligatorischen und wichtigen Diskussionen über das Wissenschaftsziel der Betriebswirtschaftslehre, zum festen Bestandteil betriebswirtschaftlicher Forschung.¹ Allerdings ist es nicht das Vermissen des Unternehmers oder Entrepreneurs, das diese Entwicklung beschleunigt. Allem voran die als nicht adäquat empfundene modelltheoretische Behandlung der Menschen in bestehenden Unternehmen ist Anlass für diese Entwicklung. Ein Interesse an unternehmerischem Handeln wird dabei zwar nicht explizit ausgeklammert. Sie wird aber auch nicht in den Vordergrund des Interesses gerückt.

Parallel zu dieser sozialwissenschaftlichen Öffnung entsteht an der Hochschule St. Gallen der systemorientierte Ansatz der Betriebswirtschaftslehre. Dieser unterscheidet sich in zwei Hinsichten deutlich von bis dahin existierenden Sichtweisen. Zum einen, weil die Auffassung von Unternehmen als Systemen auch deren Umwelt bzw. deren Nachbar- und Supersysteme mit in das Blickfeld nimmt. Die Betriebswirtschaftslehre beginnt gleichsam, die kybernetischen Regeln und die Rekursivität des Handelns von Unternehmen mit Systemen außerhalb des unmittelbaren Wirtschaftssystems wahrzunehmen. Zum anderen will eine systemorientierte Betriebswirtschaftslehre nicht mehr nur gegenwärtige Entscheidungsprobleme lösen helfen, sondern dazu beitragen, „zukünftige Wirklichkeiten“² zu entwerfen. Das Interesse an den Funktionsweisen von Systemen beinhaltet auch ein Interesse an der Veränderung von Systemen. Mithin interessiert sich eine an kybernetischen Modellvorstellungen ausgerichtete Betriebswirtschaft „nicht für das Seiende, sondern das werdende, nicht für das Bestehen, sondern für das Funktionieren von Systemen.“³ Auch hier stehen jedoch nicht neue Unternehmen im Mittelpunkt des Interesses, sondern die Entwicklung bestehender Unternehmen.

Dennoch mehren sich nun die Anzeichen für ein Interesse an der betriebswirtschaftlichen Thematisierung von Phänomenen der Innovation. Auslöser dafür war die Phase abgeschwächten wirtschaftlichen Wachstums und der Stagnation ab dem Beginn der 1970er Jahre.⁴ Auf der Suche nach Wegen zur Überwindung dieser Stagnation entstanden in der Folge nicht nur im deutschsprachigen Raum zahlreiche wissenschaftliche Institutionen zur Erforschung der Bedingungen und

¹ Vgl. Heinen 1969, S. 207 ff., vgl. Schanz 1990, S. 31ff.

² Ulrich 1978, S. 274.

³ Ulrich 1971, S. 46.

⁴ Vgl. Hübner 2002, S. 77.

Wirkungen von Innovationen. Außerdem wurde die Innovationsförderung zunehmend mehr zum Bestandteil politischen Handelns.¹

Aber nicht nur innerhalb der neuen Disziplin des Innovationsmanagements wurde die Entstehung von Neuem erforscht. Auch die klassische Organisationsforschung entwickelte zunehmend mehr Interesse an Fragen des Wandels. Zunächst über den Begriff der Organisationsentwicklung, später allgemeiner über den Begriff des organisationalen Wandels, des Change Managements, der lernenden Organisation und aktuell über das Wissensmanagement sind Bedingungen für Veränderung und Innovationen intensiv zum Gegenstand betriebswirtschaftlicher Forschung geworden.²

In all dieser betriebswirtschaftlichen Öffnung zu Fragen von Innovation und Wandel erfährt der Entrepreneur innerhalb der deutschsprachigen Betriebswirtschaftslehre aber erst in aller jüngster Zeit eigene Aufmerksamkeit. Wie bereits weiter oben erwähnt, wurden erst zum Ende der 90er Jahre die ersten Lehrstühle für Entrepreneurship gegründet. Mittlerweile sind knapp 50 weitere gefolgt.³

2.2 Der Entrepreneur in der angelsächsischen Business Administration

Da die deutsche Betriebswirtschaftslehre im internationalen Vergleich einige Spezifika aufweist, kann sich ein Rückblick auf die Entrepreneurship-Forschung im Feld der Betriebswirtschaft nicht auf den deutschsprachigen Raum beschränken. Vielmehr muss auch und vielleicht allem voran ein Blick in die angloamerikanische Wissenschaftslandschaft geworfen werden.

Hier ist zunächst zu bemerken, dass die angloamerikanische Unterscheidung zwischen „Economics“ (Volkswirtschaft) und „Business Administration“ (Betriebswirtschaft) deutlicher ausgeprägt ist, als dies im deutschsprachigen Raum der Fall ist. Vereinen sie sich im deutschsprachigen Raum unter dem Dach der Wirtschaftswissenschaften zu einer gewissen Einheit, so führen sie im angloame-

¹ Neben der Gründung des Fraunhofer Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung (ISI) in Karlsruhe im Jahr 1972 sind Ende der 70er Jahre auch die ersten Forschungsschwerpunkte und später Lehrstühle für Innovationsmanagement an deutschen Hochschulen eingerichtet worden. Der international vorliegende Bestand an Veröffentlichungen zum Innovationsmanagement ist längst unüberschaubar geworden. In den späten 90er Jahren formierte sich im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft eine eigene Kommission für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM).

² Einen Überblick zu diesen Strömungen findet sich bei Staehle 1999, S. 898ff.

³ Vgl. Klandt/Knaup 2002.

rikanischen Raum jeweils wissenschaftliche Eigenleben. Dies ist insofern von Bedeutung, als es plausibel macht, dass sich die angloamerikanische Disziplin der business administration nicht aus der wissenschaftlichen Tradition der Ökonomik heraus entwickelte. Ihre Wurzeln liegen von Beginn an in dem Interesse, unternehmerisches Handeln zu beschreiben und dessen Ausbildung zu unterstützen. Wenn Heinen 1969 seine Erläuterung einer entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre auch damit begründet, dass damit der Anschluss an die wissenschaftliche Diskussion des Auslandes (wie z.B. „Management Science“, „Business Administration“, „Business Economics“, „Administrative Behavior“ oder „Theory of the Firm“) herzustellen sei,¹ dann zeigt dies nicht, dass da eine wissenschaftliche Gemeinschaften durch besondere Anstrengungen der anderen enteilt ist. Es zeigt vielmehr, dass in den USA ein gänzlich anders ausgerichtetes Wissenschaftsprogramm zur Begleitung privatwirtschaftlicher Unternehmen entstanden war – ein Programm, in dem die Auseinandersetzung mit individuellem Handeln und Verhalten in Unternehmen von Beginn an eine deutlich größere Rolle spielte, als dies in der deutschen Betriebswirtschaftslehre zunächst der Fall war.

Dennoch spielte auch in der angloamerikanischen Business Administration das Entrepreneurship nicht von Beginn an eine wahrnehmbare Rolle. Etwa zur gleichen Zeit, in der sich in Deutschland die Innovationsforschung ihren Weg bahnte, begann die Entrepreneurship-Forschung an der angloamerikanischen Business Schools Einzug zu halten. Entrepreneurship wird dabei in der Regel als Teilgebiet der Business Administration behandelt², zum Teil aber auch als ein die klassische Business Administration (im Sinne von Verwaltung, Management) ergänzende oder gar zu ihr alternative Disziplin verstanden.³

Während in den vergangenen Jahren die ersten Lehrstühle für Entrepreneurship mit entsprechenden Lehrangeboten an Hochschulen in Deutschland eingerichtet werden, ist die Zahl der amerikanischen Universitäten, die Entrepreneurship-Kurse anbieten, seit den 1970er Jahren von 20 auf über 500 gestiegen.⁴

¹ Vgl. Heinen 1978, S. 226 (Original 1969).

² So werden z.B. am Babson College, einer der renommiertesten Adressen für Entrepreneurship-Forschung in den USA, fünf verschiedenen Schwerpunkte für den MBA (Master of Business Administration) angeboten, von denen einer Entrepreneurship ist. Die anderen sind eBusiness, Finance, Marketing und Consulting. Quelle: www.babson.edu.

³ Die amerikanischen „MBA“-Rankings bewerten „klassische“ MBA-Programme separat von speziellen „Entrepreneurship“-Programmen. Vgl. auch Faltin 1998, S. 3.

⁴ Vgl. Kuratko/Hottgeds 1998, S. 10. Einen aktuellen Überblick über die Entrepreneurship-Programme aller US-amerikanischen Universitäten bieten Vesper/Gartner (2002).

3. Der Entrepreneur ist zurückgekehrt

In der Zeit nach Schumpeter, insbesondere aber in den vergangenen zehn bis fünfzehn Jahren, sind im Zuge der angloamerikanischen Entrepreneurship-Forschung zahlreiche weitere Vorschläge gemacht worden, wie der auch in den USA gerne zitierte Unternehmer im Schumpeterschen Sinne beschrieben werden könnte. Der folgende Kasten gibt nur einen sehr kleinen Ausschnitt davon wieder.

Entrepreneurship – Definitionen oder Beschreibungsversuche

Humanity's progress from caves to campuses has been explained in numerous ways. But central to virtually all these theories has been the role of the "agent of change", the force that initiates and implements material progress. Today we recognize that the agent of change in human history has been and most likely will continue to be the entrepreneur.¹

Entrepreneurship is the process of identifying, valuing and capturing opportunity. This typically occurs under conditions of uncertainty and tight resource constraints and is driven by individual initiative.²

The entrepreneur is a maker of history, but his guide in making it is his judgement for possibilities and not a calculation of certainties.³

Entrepreneurship is the purposeful activity (including an integrated sequence of decisions) of an individual or group of individuals, undertaken to initiate, maintain, or aggrandize a profit-oriented business unit for the production or distribution of economic goods or services.⁴

We distinguish between organization builders who create new and independent firms and those who perform entrepreneurial functions within already established organizations. Perhaps we are, after all, thinking of the entrepreneur in the way Schumpeter viewed him: "Everyone is an entrepreneur only when he actually 'carries out new combinations', and loses that character as soon as he has built up his business".⁵

Entrepreneurship is more than the mere creation of business. Although that is certainly an important facet, it's not the complete picture. The characteristics of seeking opportunities, taking risk beyond security, and having the tenacity to push an idea through to reality combine into a special perspective that permeates entrepreneurs.⁶

¹ Kent/Sexton/Vesper 1982, S. xxix.

² Low 2001, S. 21.

³ Herbert/Link 1982, S. viii.

⁴ Cole 1942, S. 118.

⁵ Collins/Moore 1970, S. 10

⁶ Kuratko/Hodgetts 1998, S. 6.

Auch wenn die Entrepreneurship-Forschung und entsprechende Veröffentlichungen (inkl. zahlreicher spezialisierter Veröffentlichungsorgane¹) in den vergangenen zehn Jahren rasant zugenommen haben, war nicht erst Ende der 80er Jahre das Feld der Entrepreneurship-Forschung schwer überschaubar geworden. Allerdings hatte sich zu diesem Zeitpunkt erstmals so etwas wie eine eigene Disziplin der Entrepreneurship-Forschung entwickelt. Entrepreneure waren mithin nicht mehr ausschließlich in der ökonomischen Forschung Gegenstand des Interesses. Zunehmend hatten auch die verhaltenswissenschaftlich ausgerichteten Forscher und mit ihnen die Betriebswirte den Entrepreneur als Gegenstand der Forschung entdeckt. Freilich wurde damit die Nutzung des Begriffs des Entrepreneurs und des Entrepreneurship eher noch vielfältiger, als sie das bis dahin schon geworden war. So erschien 1988 ein viel beachteter Beitrag von Low und MacMillan im *Journal of Management*, der aufgrund dieser Unübersichtlichkeit die Frage nach dem Stand und der möglichen Zukunft der Entrepreneurship-Forschung stellte.

“The phenomenon of entrepreneurship is intertwined with a complex set of contiguous and overlapping constructs such as management of change, innovation, technological and environmental turbulence, new product development, small business management, individualism, and industry evolution. Furthermore, the phenomenon can be productively investigated from disciplines as varied as economics, sociology, finance, history, psychology, and anthropology, each which uses its own concepts and operates within its own terms of reference.”²

Auch der zwölf Jahre später erscheinende, einleitende Aufsatz von Davidsson, Low und Wright in der Sommerausgabe von *Entrepreneurship Theory and Practice* 2001, die sich alleine den Ergebnissen einer Ende 1998 abgehaltenen Tagung über die Zukunft der Entrepreneurship-Forschung widmet, beginnt mit ähnlichen, daher auch nachdenklich stimmenden Worten:

„The timing of our bringing together this collection of papers is also motivated by an atmosphere of continuing uncertainty and unease relating to just what entrepreneurship research is about. ... Yet at the same time entrepreneurship is attracting increasing attention in mainstream journals. The *Academy of Management Review*, *Strategic Management Journal* and the *Academy of Management*

¹ Obwohl die folgende Auflistung keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben kann, verdeutlicht sie doch die Fülle an akademischer Aktivität zum Thema Entrepreneurship (Auflistung alphabetisch): *Academy of Entrepreneurship Journal*; *American Journal of Small Business*; *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*; *Journal of Business & Entrepreneurship*; *Journal of Business Venturing*; *Entrepreneurship Theory & Practice*; *Journal of Development Entrepreneurship*; *Journal of Small Business and Enterprise Development*; *Journal of Small Business Management*; *Journal of Small Business Strategy*; *New England Journal of Entrepreneurship*; *Small Business Economics*; *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*.

² Low/MacMillan 1988, S. 140.

Executive are each at the time of writing devoting special issues to aspects of entrepreneurship.”¹

Dabei waren in der Zwischenzeit zahlreiche weitere Bemühungen unternommen worden, der Entrepreneurship-Forschung ein klareres Profil zu geben. In der Regel mündeten diese Bemühungen aber eher in einer Beschreibung und Strukturierung der Vielfalt, als in einer Reduzierung derselben. So ordneten Cunningham und Lischeron das Feld der Entrepreneurship-Forschung 1991 in sechs verschiedene Schulen, die aus ihrer Beobachtung entstanden waren:²

- Die Schule des „großen Mannes“ bzw. des Unternehmer-Idols
- Die Schule der psychologischen Charakteristika von Entrepreneuren
- Die klassische (Innovations-) Schule
- Die Management Schule
- Die Führungs-Schule
- Die Intrapreneurship Schule

Die Vielfalt der entstanden Schulen macht auch die Vielfalt der Interpretationen verständlich, die der Begriff des Entrepreneurs nach seiner Entdeckung durch die Ökonomen erfahren hatte. Während diese ihn insbesondere in seiner Rolle als Innovator und Auslöser wirtschaftlicher Entwicklung betrachteten, definierten ihn etwa die Psychologen primär über seine (vermeintlich typischen) Persönlichkeitsmerkmale. Ingenieure schätzen am Entrepreneur die Fähigkeit zu verkaufen und zu koordinieren, während Management- und Führungsforscher sein zielorientiertes und visionäres Auftreten bewundern. Finanzexperten verneigen sich vor seiner Gabe, Risiko abzuwägen und Marketingleute schätzen an ihm die Fähigkeit, kundenorientiert zu denken. Diese Liste könnte, wie oben gesehen, wohl noch ein ganzes Stück fortgesetzt werden.

Aber nicht nur die verschiedenen Schulen sorgen für eine Verbreiterung des Forschungskorridors, auch die Vielfalt an Unternehmensformen zwischen „new venture“, „self-employment“, „owner-manager“, „small business“ und „family business“, die Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung sein sollen, ist beachtlich. Einen Eindruck davon mag die Definition des Tätigkeitsfeldes der Entrepreneurship Division der Academy of Management geben:³

¹ Davidsson/Low/Wright 2001, S. 5.

² Vgl. Cunningham/Lischeron 1991.

³ Siehe die Homepage der Entrepreneurship Division der Academy of Management 2002, <http://www.aom.pace.edu>, 2003.

The Entrepreneurship Division's domain is the creation and management of new businesses, small businesses and family firms, as well as the characteristics and special problems of entrepreneurs. The Division's major topic areas include:

- New venture ideas and strategies,
- Ecological influences on venture creation and demise,
- The acquisition and management of venture capital and venture teams,
- Self-employment,
- The owner-manager,
- Management succession,
- Corporate venturing, and the
- Relationship between entrepreneurship and economic development.

Nicht selten wird daher in Sachen Entrepreneur auch die Jagd nach dem „Heffalump“ ausgerufen, einem sagen- und riesenhaften Tier aus Winnie the Puh, das vor allem dadurch besticht, dass niemand weiß, wie es wirklich aussieht und wonach eigentlich gejagt wird.¹ Auch die Metapher der blinden Männer, die zu verstehen versuchen, was ein Elefant sei, findet als Analogie zum Entrepreneur eine durchaus passende Verwendung.²

Während diese Auswahl eher illustrierenden Charakter hat, bietet eine Zusammenfassung von VanderWerf und Brush, die bereits aus dem Jahr 1989 datiert³, eine gewisse Bündelung und Orientierung. Bereits zu diesem Zeitpunkt war eine Flut von Beschreibungen anzutreffen, welche die Autoren zu einer Zusammenfassung von fünf typischen Attributen des Entrepreneurs veranlassten. Diese Zusammenfassung ist in zwei Hinsichten bemerkenswert. Sie fasst die Fülle an Zuschreibungen in hilfreicher Schlichtheit zusammen. Und Sie ist ehrlich genug einzugestehen, dass Entrepreneurship nicht notwendig immer alle fünf dieser Attribute in sich vereinigen muss, um als solches zu gelten. Vielmehr wird Entrepreneurship als geschäftliche Aktivität definiert, „consisting of some intersection of the following behaviours“:⁴

¹ Vgl. Kilby 1971, Jackson et al. 2001, Carland et al. 2001.

² Mehrere blinde Männer versuchen zu erforschen, was ein Elefant sei. Dazu tasten sie einen Elefanten ab. Je nach der Stelle, an der die einzelnen Blinden tasten, kommen sehr unterschiedliche Forschungsergebnisse zu Tage, die jedoch mit großer Überzeugung vorgetragen und verteidigt werden. Der den Rüssel tastet, definiert den Elefant als Schlange, der den Fuß tastet, definiert ihn als Baum, der das linke Ohr tastet, begreift ihn als Teppich (oder Fächer). Vgl. Gartner 2001, bei dem die Geschichte mit dem Elefanten noch viel ausführlicher nachgelesen werden kann.

³ Vgl. VanderWerf/Brush 1989.

⁴ VanderWerf/Brush 1989.

- *Creation* – the establishment of a new business unit
- *General management* – the managerial direction of or resource allocation for a business
- *Innovation* – the commercial exploitation of some new product, process, market, material, or organization
- *Risk bearance* – the acceptance of uncommonly high risk from the potential losses or failure of a business unit
- *Performance intention* – the intent to realize high levels of growth and/or profit through a business unit

Aber ist mit dem Hinweis auf “some intersection“ der Frage nach dem Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung Genüge getan? Die zuvor zitierten Überlegungen von Low und MacMillan oder von Davidson, Low und Wright machen deutlich, dass diese Frage verneint werden muss. Auf der Suche nach einer Präzisierung des Gegenstandes und Ziels der Entrepreneurship-Forschung finden sich als Konsequenz daraus verschiedene Beiträge, die neben der Feststellung einer großen Heterogenität aktueller Forschung konkrete Vorschläge für eine Fokussierung machen. Auf eine Auswahl dieser Beiträge soll im nächsten Kapitel eingegangen werden.

4. Vorschläge zur Fokussierung der Entrepreneurship-Forschung

Im weiteren Verlauf sollen zunächst drei viel beachtete und zum Teil gegensätzliche Vorschläge zur konkreten Ausrichtung der Entrepreneurship-Forschung vorgestellt werden. Der erste Vorschlag entstammt dem bereits eingangs zitierten Aufsatz von Low und MacMillan aus dem Jahre 1988. Der zweite Vorschlag geht auf Shane und Venkataraman zurück und datiert aus dem Jahr 2000. In der *Academy of Management Review* erschien ihr Aufsatz mit dem Titel „The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research“, in welchem ein signifikanter Gegenpol zu einigen zentralen Ideen von Low und MacMillan entwickelt wird.

Ein weiteres Jahr später fasst die Sommerausgabe der Zeitschrift „*Entrepreneurship, Theory and Practice*“¹ die Ergebnisse einer Tagung aus dem Jahre 1998 an der Jönköping International Business School in Schweden zusammen. Ziel der Tagung, an der auch Murray Low, einer der Autoren der eingangs zitierten Textes maßgeblich beteiligt war, war es zu erörtern, wie sich die Entrepreneurship-Forschung in den Jahren seit der Untersuchung von Low und MacMillan entwickelt habe. In sechs Aufsätzen wurde dabei sowohl auf die von Low und MacMillan vorgeschlagenen sechs Kriterien, wie auch auf die erst nach der Tagung veröffentlichten Vorschläge von Shane und Venkataraman Bezug genommen. Die dabei zusammengetragenen Einsichten haben im Unterschied zu den ersten beiden Texten eher den Charakter einer Bilanzierung als den einer Positionierung. Insbesondere Murray Low trägt mit der Darstellung von vier Strategieoptionen für die Entrepreneurship-Forschung maßgeblich zu einer Kontuierung dieser Bilanz bei. Diese Strategieoptionen sollen daher ebenfalls zunächst nachgezeichnet werden, bevor eine Diskussion der aufgezeigten Vorschläge und eine eigene Positionierung erfolgen wird.

¹ *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 25, No. 4, Summer 2001.

4.1 Low und MacMillan 1988

Zur Darstellung der Situation der Entrepreneurship-Forschung und für eine Erläuterung von Vorschlägen zur weiteren Entwicklung beschreiben Low und MacMillan sechs verschiedene Kriterien bzw. „decisions“, die die Entrepreneurship-Forschung zu klären hat.¹

- *Ziel:* Was ist das spezifische und längerfristige Ziel der Entrepreneurship-Forschung?
- *Theoretische Perspektive:* Welche theoretische Perspektive wird eingenommen?
- *Fokus:* Auf welche spezifischen Phänomene soll die Entrepreneurship-Forschung fokussiert sein?
- *Ebene der Analyse:* Welche Ebenen der Analyse sollen berücksichtigt werden?
- *Zeitraumen:* Welcher Zeitraumen soll berücksichtigt werden?
- *Methodologie:* Welche Forschungsmethoden sollen zum Einsatz kommen?

Die Kriterien sowie die dazu geführte Auseinandersetzung über Stand und Perspektiven von Low und MacMillan gelten auch in der weiter unten noch vorzustellenden Sammlung von Stellungnahmen zur Entrepreneurship-Forschung aus dem Jahre 2001 als zentraler Referenzpunkt für eine Diskussion der Entrepreneurship-Forschung. Umso mehr sollen sie Vorschläge von Low und MacMillan zu diesen sechs decisions nachfolgend in knapper Form zusammengefasst werden:

Decision 1: Specification of Purpose

Hier stellt sich die Ausgangsfrage: Was ist ein Entrepreneur und was will die Entrepreneurship-Forschung ganz generell erreichen? Low und MacMillan äußern wenig Hoffnung, dass es in naher Zukunft eine Verständigung auf eine gemeinsame Definition des Begriffs und Forschungsfeldes des Entrepreneurship geben könne. Um zumindest auf einer übergeordneten Ebene Verständigung und Gemeinsamkeit zu schaffen, schlagen sie vor, Entrepreneurship als „creation of new enterprise“² zu definieren und die Entrepreneurship-Forschung anzulegen „as explaining and facilitating the role of new enterprise in furthering economic progress.“³

¹ Vgl. Low/MacMillan 1988.

² Low/MacMillan 1988, S. 140.

³ Ebd. S. 141.

Decision 2: Specification of Theoretical Perspective

Welche theoretischen Bezüge werden bevorzugt, welche könnten zukünftig stärker herangezogen werden? Low und MacMillan stellen hier insbesondere die Perspektiven der strategischen Adaption denen der population ecology theory gegenüber. Sie kommen zu dem ernüchternden Schluss, dass das wesentliche bisherige Ergebnis der Strategieforschung im Kontext des Entrepreneurship die tautologische Einsicht sei, dass unternehmerischer Erfolg insbesondere von der Fähigkeit der Gründer abhängig sei, effektive Strategien zu entwickeln.¹ Low und Mac Millan sehen als Alternative die Bemühungen der population ecology perspective für die Entrepreneurship-Forschung. Sie stellen diese der Erfolgsfaktorenforschung zunächst gegenüber, entdecken aber auch einige synergetische Verbindungen.

Decision 3: Specification of Focus

Low und MacMillan beschreiben als möglichen Fokus drei ganz unterschiedlichen Optionen. Zunächst beschreiben Sie den Fokus der Persönlichkeits-Theorien. Hier betonen Sie in Anlehnung an die Forschungsarbeiten von Schein² und Kets de Vries³, dass ein so ausgerichtet Forschung nicht primär die vermeintlich notwendigen Persönlichkeitsmerkmale von Entrepreneuren im Blickfeld haben sollte. Vielmehr müsse es um die Frage gehen, wie unterschiedliche Persönlichkeitsmerkmale die Entwicklung von Unternehmen beeinflussen. Einen weiteren möglichen Fokus sehen Low und MacMillan in der Zuwendung zu „Social-Cultural Theories“. Es geht ihnen damit um die Frage, wie kulturelle Umwelten das Unternehmertum einer Gesellschaft beeinflussen. Einen dritten Fokus sehen sie in der Zuwendung zu Netzwerktheorien. Mit Hinweis auf zahlreiche existierende Forschungsarbeiten⁴ wird dabei die Frage diskutiert, welche Bedeutung unterschiedliche Arten von Netzwerken für unternehmerisches Handeln haben. Aus dem Resümee von Low und MacMillan lässt sich nur erahnen, dass diese Auswahl eher gemeinschaftlich als alternativ den Fokus der Entrepreneurship-Forschung bilden sollte. Ihr Hinweis auf einen früheren Vorschlag von Gartner, innerhalb der Entrepreneurship-Forschung vier Perspektiven (Charakteristiken der Gründer, die

¹ Vgl. Low/MacMillan 1988, S. 143. Damit unterscheiden sich die in der Entrepreneurship-Forschung erlangten Kenntnisse in Sachen Strategie allerdings nicht wesentlich von vielen Einsichten, die das Strategische Management ganz allgemein anzubieten hat, wenn es um die Erklärung der Fähigkeiten für unternehmerischen Erfolg geht. Vgl. Fischer/Nicolai 2000.

² Vgl. Schein 1983.

³ Vgl. Kets de Vries 1985.

⁴ Vgl. u.a. Birley 1985; Aldrich/Zimmer 1986.

gegründete Organisation, die Umwelt der Organisation und der Prozess der Gründung)¹ zu verbinden, soll wohl als Untermauerung dafür dienen.

Decision 4: Specification of Level of Analysis

Low und MacMillan unterscheiden fünf Ebenen, auf denen die Entrepreneurship-Forschung üblicherweise ansetzt: Individuum, Gruppe, Organisation, Industrie, Gesellschaft. Sie empfehlen aber keineswegs, sich im Sinne der Klarheit von Forschung möglichst auf einzelne Ebenen zu fokussieren. Vielmehr halten sie es für wichtig, in zukünftigen Forschungsbemühungen vermehrt verschiedene Ebenen gleichzeitig im Blickfeld zu behalten und deren Wechselwirkungen wahrzunehmen.

Decision 5: Specification of Time Frame

Zunächst einmal gilt hier das Interesse von Low und MacMillan vorhandenen Phasenmodellen der Unternehmensgründung.² Die eigentliche Fragestellung gilt aber der Entscheidung für den Zeitraum, innerhalb dessen Unternehmensgründungen aus Forschersicht beobachtet werden sollten. Hier sprechen sich Low und MacMillan für längere Zeiträume bis weit nach der Unternehmensgründung aus, um bessere Rückschlüsse auf Herausforderungen der Gründung und früher erfolgsrelevanter Weichenstellungen ziehen zu können.

Decision 6: Specification of Methodology

In ihrer Bewertung der in der Entrepreneurship-Forschung verwendeten Methoden beobachten Low und MacMillan ein Übergewicht explorativer und auf die Beschreibung von Fallstudien gestützter Forschung. Dies sei in der Frühphase einer Forschungsdisziplin verständlich, dürfe aber, so Low und MacMillan, nicht dauerhaft die dominierende Forschungsmethode bleiben. Sie sprechen sich vielmehr dafür aus, mehr Theorien und Hypothesen testende Methoden anzuwenden. Außerdem müssten, entsprechend ihrer Überlegungen zum Zeitrahmen der Entrepreneurship-Forschung, Längsschnittstudien an die Stelle der weit verbreiteten Querschnittsuntersuchungen treten.

Die Vorschläge von Low und MacMillan bilden einen wichtigen Referenzpunkt in der angloamerikanischen Diskussion zur Ausrichtung der Entrepreneurship-Forschung. Eine Auseinandersetzung mit diesen Vorschlägen soll erst erfolgen, nachdem auch alternative Überlegungen zur möglichen Ausrichtung der Entrepreneurship-Forschung vorgestellt wurden.

¹ Vgl. Gartner 1985.

² Vgl. Greiner 1972, Churchill/Lewis 1983; Hambrick/Crozier 1985.

4.2 Shane und Venkataraman 2000

Im Jahr 2000, zwölf Jahre nach dem Erscheinen des Aufsatzes von Low und MacMillan, erschien in der *Academy of Management Review* ein Aufsatz von Shane und Venkataraman mit dem Titel „The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research“. Dort entwickeln die Autoren Vorschläge für eine Neuorientierung der Entrepreneurship-Forschung, die sich in zahlreichen Positionen deutlich von den Vorschlägen von Low und MacMillan unterscheiden.¹ Sie beginnen Ihre Ausführungen mit einer Einschätzung, die sich in nichts von dem unterscheidet, was zwölf Jahre zuvor von Low und MacMillan geäußert wurde: „To date, the phenomenon of entrepreneurship has lacked a conceptual framework.“² Shane und Venkataraman vertreten die Auffassung, dass eine Ursache dafür die verbreitete Vorgehensweise sei, das Feld des Entrepreneurship ausschließlich über das Wesen und Tun der Entrepreneurure zu definieren. Dabei werde ein ganz zentraler Aspekt zu wenig berücksichtigt: die Existenz von Gelegenheiten für Unternehmertum.

„Perhaps the largest obstacle in creating a conceptual framework for the entrepreneurship field has been its definition. To date, most researchers have defined the field solely in terms of who the entrepreneur is and what he or she does. The problem with this approach is that entrepreneurship involves the nexus of two phenomena: the presence of lucrative opportunities and the presence of enterprising individuals.“³

Das Fokussieren auf Personen, die Unternehmen gründen und das gleichzeitige Übersehen der großen Bandbreite unterschiedlicher Gelegenheiten für Unternehmertum führt aus der Sicht von Shane und Venkataraman zu einer Verzerrung und mithin Entwertung von Forschungsergebnissen. Shane und Venkataraman definieren das Feld des Entrepreneurship

„... as the scholarly examination of how, by whom, and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated, and exploited. Consequently, the field involves the study of sources of opportunities; the process of discovery, evaluation, and exploitation of opportunities; and the set of individuals who discover, evaluate, and exploit them.“⁴

¹ Bemerkte sei hier, dass Shane und Venkataraman den Aufsatz von Low und MacMillan in ihrer Argumentation nur an sehr nachgeordneter Stelle positiv wegen der Auseinandersetzung populationsökologischer Theorie erwähnen. Auf die Existenz grundlegend gegensätzlicher Positionen über die Zukunft der Entrepreneurship-Forschung in diesem Aufsatz wird nicht hingewiesen.

² Shane/Venkataraman 2000, S. 217.

³ Ebd., S. 218 mit Bezug auf Venkataraman 1997.

⁴ Ebd., S. 218.

Es geht ihnen mit dem Forschungsfeld des Entrepreneurship also allem voran um das *Entdecken, Bewerten und Verwerten zukünftiger Güter oder Dienstleistungen*. An dieses grundlegende Erkenntnisinteresse schließen sich drei Forschungsfragen an:

- *Wie* werden zukünftiger Güter oder Dienstleistungen entdeckt, bewertet und verwertet?
- *Wer* sind die Akteure dieses Entdeckens, Bewertens und Verwertens zukünftiger Güter oder Dienstleistungen?
- *Welche Auswirkungen* hat das Entdecken, Bewerten und Verwerten zukünftiger Güter oder Dienstleistungen?

Shane und Venkataraman erweitern das Feld der Entrepreneurship-Forschung im Vergleich zu den Vorschlägen von Low und MacMillan damit ganz erheblich. Sie wollen die Entrepreneurship-Forschung nicht auf die Schaffung neuer Unternehmen begrenzt wissen:

„...entrepreneurship does not require, but can include, the creation of new organizations. ... Entrepreneurship can also occur within an existing organization. Moreover, opportunities can be sold to other individuals or to existing organizations“¹.

Ihre weiteren Bemühungen gelten dementsprechend einer Sichtung von Erklärungsansätzen dafür, warum unternehmerischer Gelegenheiten entstehen, warum diese von bestimmten Personen erkannt werden und warum sie von einem wiederum kleineren Teil auch verwertet werden. In einer Zusammenfassung können diese Erklärungsansätze in einen Kreislauf dargestellt werden, dessen weitere Erforschung aus der Sicht von Shane und Venkataraman das zentrale Anliegen der Entrepreneurship-Forschung sein sollte.²

¹ Shane/Venkataraman 2000, S. 219 mit Bezug auf Amit/Glosten/Mueller 1993 und Casson 1982.

² Vgl. ebd., S. 220ff. mit Verweisen auf zahlreiche Quellen der wissenschaftlichen Fundierung, insbesondere, Schumpeter 1934, Hayek 1945, Casson 1982, Kirtzner 1973, Baumol 1993.

Der Kreislauf unternehmerischen Handelns:

Die Welt verändert sich (wie sich zeigen wird durch unternehmerisches Handeln, womit sich der Kreis am Ende schließt). Die Veränderungen bringen neue unternehmerische Gelegenheiten mit sich. Die zu ihrer Erkennung notwendigen Informationen liegen jedoch aus zwei Gründen nicht allen Menschen gleichermaßen vor. Zum einen, weil die neuen Informationen über die eingetretenen Veränderungen nicht allen gleichermaßen und gleichzeitig verfügbar sind. Zum anderen, weil auch Vorwissen nötig ist, um in Verbindung mit neuen Informationen die unternehmerischen Gelegenheiten zu entdecken. Selbst der Kreis der Personen, die auf die neuen Informationen Zugriff hat, besitzt nur zum Teil das Vorwissen, um damit neue unternehmerische Gelegenheiten zu erkennen. Dieser verbleibende Personenkreis jedoch schreitet nicht gleichermaßen zur Tat, also der Umsetzung und Verwertung der erkannten Gelegenheit. Damit dies geschieht, muss eine weitere Bedingung erfüllt sein. Eine Abwägung von Opportunitätskosten¹ muss andere Handlungsalternativen (wie z.B. andere unternehmerische Gelegenheiten oder das Festhalten an einer Festanstellung) auf die nachfolgenden Ränge verweisen. Erst wenn dies geschehen ist, entsteht neues unternehmerisches Handeln. Die Welt beginnt erneut, sich zu verändern.

Mit der Fokussierung auf die Bedingungen der Entdeckung unternehmerischer Gelegenheiten und weniger eines Fokussierens auf die Gründung von Unternehmen eröffnet sich die Frage, welche Möglichkeiten es neben der Gründung eines Unternehmens gibt, unternehmerische Gelegenheiten zu verwerten. Shane und Venkataraman sehen dafür nicht nur die Umsetzung innerhalb bestehender Unternehmen, sondern auch den Verkauf von Wissen über unternehmerische Gelegenheiten z.B. an bestehende Unternehmen. Auch die Frage, welche dieser Alternativen wann bevorzugt werde, gehört aus der Sicht von Shane und Venkataraman zum Gebiet der Entrepreneurship-Forschung.

4.3 Low 2001

Weiter oben wurde bereits auf die Sommerausgabe von Entrepreneurship Theory and Practice 2001 hingewiesen, die sich den Ergebnissen einer Ende 1998 abgehaltenen Tagung über die Zukunft der Entrepreneurship-Forschung widmete. Die Leistung der hier zu Wort kommenden Autoren besteht weniger darin, eine gemeinsame Position zu beziehen und gemeinsam Vorschläge für und gegen bestimmte Fokussierungen der Entrepreneurship-Forschung zu machen. Besonders deutlich wird dies im Aufsatz von Low, der vier ganz unterschiedliche Strategie-

¹ Ob diese „Kosten“-Bewertung modelltheoretisch eher als bewusste ökonomische Kalkulation verschiedener Alternativen interpretiert wird oder ob dabei auch unbewusste Abwägung von Gefühlen des Tatendrangs oder der Risikovermeidung berücksichtigt werden, sei an dieser Stelle noch dahingestellt.

optionen für die zukünftige Ausrichtung der Entrepreneurship-Forschung beschreibt und diskutiert. Low begründet seine Suche nach solch einer Strategie nicht alleine mit dem schlichten Fehlen einer solchen, sondern auch mit der (aus seiner Sicht) fehlenden wissenschaftlichen Anerkennung der Entrepreneurship-Forschung und ihrer Akteure.

„Why does entrepreneurship as an academic field receive so much attention but so little respect? Is it because entrepreneurship researchers are not smart enough? Or like the subject they study, are they too action-oriented to commit to scholarly demands? Does the problem lie with a larger academy that is parochial, conservative, and overly critical? Or is it simply that the field is still too young?“¹

Low beantwortet diese Fragen umgehend selber: „The right answer is ‚none of the above‘.“ Die Antwort liege vielmehr in der überaus facettenreichen Natur des Phänomens, womit er unmittelbar auf vier alternative Optionen zusteuert, dieses Phänomen zu handhaben.

- Entrepreneurship-Forschung zur Unterstützung der Ausbildung
- Entrepreneurship-Forschung als Potpourri
- Entrepreneurship-Forschung als Teilgebiete anderer Disziplinen
- Entrepreneurship-Forschung als eigenständiges Forschungsfeld

Entrepreneurship-Forschung zur Unterstützung der Ausbildung:

Eine solchermaßen ausgerichtete Entrepreneurship-Forschung würde sich von allen Fragen gesellschaftlicher Auswirkungen des Entrepreneurship lösen und alleine die intensiv nachgefragte Ausbildung angehender Entrepreneure im Auge haben. Da ohnehin der Großteil der in der Ausbildung verwendeten Literatur nicht aus der Entrepreneurship-Forschung selber komme, sondern aus den zahlreichen benachbarten Disziplinen (z.B. Organisation, Entscheidungstheorie, Netzwerke, Finanzierung, Kreativität etc.) würden Entrepreneurship-Ausbilder legitimer Weise mit der Auswahl und Synthese der dort vorliegenden Erkenntnisse beauftragt sein.² Der Vorteil einer solchen Selbstbeschränkung läge darin, in einem zwar deutlich kleineren Gebiet substanzieller und mit mehr Kontur arbeiten zu können. Der Nachteil freilich ist genau das Ausklammern der Forschungsfragen, die auf gesellschaftlicher Eben doch gerade eine der zentralen Anliegen bisheriger Entrepreneurship-Forschung zu sein scheint.

¹ Low 2001, S. 18.

² In Analogie zu der in Deutschland existierenden Disziplin der Wirtschaftspädagogik könnte dies als eigene Disziplin der Entrepreneurship-Pädagogik interpretiert werden. Diese könnte sich ihren Weg bahnen und dabei mehr wissenschaftliche Reputation erwerben, als dies mit der aktuellen Orientierungsvielfalt möglich ist.

- Welche Einfluss haben (welche) kulturellen Rahmenbedingungen auf das Gründungs- oder Innovationsverhalten einer Gesellschaft?
- Welche Auswirkungen hat (welches) Gründungs- oder Innovationsverhalten einer Gesellschaft auf deren wirtschaftliche Entwicklung (inkl. Beschäftigung, Wohlstand etc.)?

So sehr Low die Vorteile der hier umrissenen Fokussierung würdigt, kann er sich aufgrund der damit erforderlichen Verabschiedung von wichtigen anderen Fragestellungen nicht für diese Strategieoption aussprechen.

Entrepreneurship-Forschung als Potpourri:

Warum nicht einfach den Status Quo zum Ziel erklären? Low schildert seine jüngsten Bemühungen, die 1998 und 1999 im Journal of Business Venturing veröffentlichten Aufsätze thematisch zu ordnen und nach Schwerpunktverschiebungen gegenüber dem Zeitraum 1987 und 1988 Ausschau zu halten. Die wichtigste Erkenntnis dieses Bemühens war aber nicht die Feststellung, dass in jüngerer Zeit etwas weniger über kleine und Familienunternehmen sowie über Venture Capital geschrieben wurde und dafür mehr über Entrepreneurre und Geschäftsgründungen. Viel beeindruckender war die Feststellung, dass es einer 120-Zellen Matrix bedurfte, um 131 Artikel klassifizieren zu können.¹ Mit all den Auswirkungen, die diese Situation auf die von Low ja selber so bedauerte geringe Anerkennung der Entrepreneurship-Forschung hat, stellt die Potpourri-Strategie daher nur eine hypothetische, aber aus der Sicht von Low keineswegs eine erstrebenswerte Strategie dar.

Entrepreneurship-Forschung als Teilgebiete anderer Disziplinen:

Aus dieser Perspektive wird Entrepreneurship als ein Phänomen mit zahlreichen Fragestellungen verstanden, die aus unterschiedlichen bestehender Disziplinen heraus bearbeitet werden können und sollten. Eine solche Strategie hätte zwei Vorteile: Man würde jederzeit auf gerade benötigte theoretische Hintergründe zurückgreifen können und man hätte umgehend eine hohe Anzahl an qualifizierten Wissenschaftlern, die Beiträge für die Entrepreneurship-Forschung leisten könnten. Im Unterschied zur Potpourri-Strategie würde die Entrepreneurship-Forschung ohne eigene Veröffentlichungsorgane auskommen können. Stattdessen würde auf vorhandene, respektierte Journale bestehender Disziplinen zurückgegriffen werden können. Eine von Low und seinen Kollegen durchgeführte Litera-

¹ Vgl. Low 2001, S. 20.

turauswertung ergab, dass dies ohnehin in erheblichem Umfang geschehe.¹ Damit ist auch eine weitere Beobachtung verbunden: Die Mehrzahl der dort erschienenen Entrepreneurship-Aufsätze stammen von Forschern, die ihre wissenschaftliche Heimat in anderen, etablierten Disziplinen haben. Dies zeige auch, dass es für Wissenschaftler leichter sei, sich aus einem etablierten Wissenschaftsfeld heraus auch der Entrepreneurship-Forschung zuzuwenden, als in der Entrepreneurship-Forschung selber eine wissenschaftliche Karriere aufzubauen.

Der Nachteil einer solchen Strategie liegt allerdings in dem Fehlen einer eigenen Forschungsgemeinschaft und dem Fehlen der Integration verschiedener Teileinsichten zum Entrepreneurship. Ein Bestandteil der Strategie „Entrepreneurship-Forschung als Teilgebiete anderer Disziplinen“ wäre ja gerade, den Aufbau einer solchen Gemeinschaft mit all ihren Organen und Institutionen und dem Anspruch an eine gemeinsame Forschungsvision aufzugeben. Low gibt zu, dass er solch eine Gemeinschaft und deren Integrationsversuche vermissen würde und leitet damit zur vierten Strategieoption über.

Entrepreneurship-Forschung als eigenständiges Forschungsfeld:

Diese findet ihre größte Herausforderung dann auch in der genau der Frage, wie es gelingen soll, Wissenschaftler verschiedener Disziplinen zu einer „intellectual community“² zusammen zu bringen. Damit diese community überhaupt eine sichtbare Grenze bekommt, müsste zunächst das, was Shane und Venkataraman als eigene „domain“ bezeichnen, geschaffen werden. Low bezieht sich in seinen Überlegungen nicht nur auf deren Idee der „domain“, sondern verweist auch auf die Attraktivität des von Shane und Venkataraman mitgelieferten inhaltlichen Vorschlags (siehe oben). Im Bewusstsein, dass der von Shane und Venkataraman gemachte Vorschlag aber fraglos auf die Einsichten zahlreicher anderer Disziplinen zurückgreift, weicht die Strategieoption „Entrepreneurship-Forschung als eigenständiges Forschungsfeld“ auch gleich wieder auf:

„However, it is important to recognize that even as a distinct domain or field, entrepreneurship will need to continue to draw from other areas. It is by its very nature an integrative area of inquiry. Consequently, *Entrepreneurship Research as a Distinctive Domain* is not a viable strategy in isolation.“³

¹ Low verweist auf zum Teil zahlreiche Veröffentlichungen in der *Academy of Management Review*, im *Administrative Science Quarterly*, im *Annual Review of Sociology* oder im *Journal of Business*. Vgl. Low 2001, S. 22.

² Low 2001, S. 22.

³ Ebd., S. 23.

In Verbindung mit den Ideen von Shane und Venkataraman schüren diese Einsichten bei Low einen gewissen Optimismus für die Zukunft der Entrepreneurship-Forschung. Mit Bezug auf die beiden zuletzt beschriebenen Strategieoptionen stellt er fest:

„These two strategies appear to be fundamentally opposed, but in fact they are mutually dependent. One can't succeed without the other. Together they constitute an ambiguous but exciting agenda.”¹

Mit dieser Einschätzung von Low endet hier die Darstellung von Vorschlägen aus dem angloamerikanischen Raum zur Herausbildung eines klareren Selbstverständnisses der Entrepreneurship-Forschung. Im 6. Kapitel wird mit der Darstellung verschiedener eigenen Positionen zur Entrepreneurship-Forschung auf die hier angeführten Vorschläge zum Teil unterstützend, zum Teil aber auch kritisch Bezug genommen werden. Zunächst folgt jedoch die Darstellung einiger Spezialgebiete des Entrepreneurship, die gegenwärtig in zunehmendem Maße Aufmerksamkeit auf sich ziehen und die auf diesem Weg ihrerseits zur Vielfalt der Entrepreneurship-Forschung beitragen.

¹ Ebd.

5. Spezialgebiete der Entrepreneurship-Forschung

Unabhängig von den Fragen zur Ausrichtung und zum Stellenwert der Entrepreneurship-Forschung als eigene Disziplin werden von verschiedenen Seiten weitere spezifische Anliegen definiert, die im Begriff sind, eine eigene Teildisziplin innerhalb der Entrepreneurship-Forschung zu werden oder die diese Bedeutung in nächster Zeit bekommen könnten. Auch auf diese möglichen Fokussierungen soll hier hingewiesen werden. Dabei werden keine branchenspezifischen Fokussierungen erwähnt, sondern ausschließlich branchenübergreifende Entwicklungsoptionen aufgezeigt.

5.1 Women Entrepreneurship

Eine erste wichtige Schwerpunktsetzung liegt auf dem Entrepreneurship durch Frauen. Sowohl in der Entrepreneurship-Forschung wie auch in der Gründungsförderung gibt es zahlreiche Ansätze für eine explizite Beachtung des Entrepreneurship durch Frauen. Gundry und Ben-Yoseph unterscheiden etwa die folgenden Fragen in ihrer Untersuchung zu Women Entrepreneurship:¹

- Wie ist der gesellschaftliche Status weiblicher Entrepreneurinnen?
- In welchen Wirtschaftszweigen gründen Frauen besonders häufig Unternehmen?
- Was sind die Motive der Gründung?
- Welche Entwicklungsverläufe haben von Frauen gegründete Unternehmen?
- Welche Finanzierungsformen bevorzugen weibliche Entrepreneurinnen?
- Was sind die größten Hindernisse und für Frauen Herausforderungen bei Unternehmensgründungen?
- Wie kann unternehmerische Erfahrung von Frauen in die Entrepreneurship-Ausbildung integriert werden?

Zweifelloos gibt es zahlreiche geschlechterspezifische Unterschiede, die eine explizite Zuwendung zum Women Entrepreneurship sowohl in der Forschung wie auch in der Förderung sinnvoll machen. Neues Wissen entsteht dabei im Sinne einer Gender-Forschung durch das Erkennen und Wahrnehmen der Unterschiede beider Geschlechter in den verschiedenen Phasen und Herausforderungen des Entrepre-

¹ Vgl. Gundry/Ben-Yoseph 2001, S. 3.

neurship.¹ Das Bemühen um eine Stärkung des Women Entrepreneurship führt so auch zur Schaffung von Netzwerken und Organisationen, die gezielt der Unterstützung und Förderung von Gründerinnen dienen.²

5.2 *Ecopreneurship*

Während die Entrepreneurship-Forschung in den vergangenen Jahren darum bemüht ist, den Charakter einer eigenen betriebswirtschaftlichen Disziplin zu entwickeln, ist dies der umweltbezogenen Betriebswirtschaftlehre längst gelungen. Deren Schwerpunkte verlagern sich seit einiger Zeit von der Entwicklung von Umweltkostenrechnungssystemen, Umweltcontrolling oder der organisatorischen Einbettung von Umweltbeauftragten zu Fragen der Umweltkommunikation, der aktiven Beteiligung von Unternehmen an umweltpolitischen Entscheidungsprozessen und der Entwicklung von umweltbezogenen Unternehmensstrategien.³ In diesem Zusammenhang bekommt die Bezugnahme auf unternehmerisches Handeln und Innovationsfähigkeit als Ausgangspunkt ökologischer Unternehmenspolitik eine immer wichtiger werdende Rolle. Beispielhaft erwähnt sei der 1999 geschaffene BMBF-Förderschwerpunkt „Integrierter Umweltschutz – Betriebliche Instrumente Nachhaltigen Wirtschaftens“, in welchem neben Instrumenten wie dem Umweltradar auch die Entwicklung nachhaltiger Zukunftsmärkte, und mithin unternehmerisches Verhalten im Kontext des nachhaltigen Managements erforscht wird.⁴ Es ist nicht überraschend, dass dabei der Entrepreneur und die Entrepreneurship-Forschung auch in das Blickfeld der betriebswirtschaftlichen Umweltforschung fallen.

Die Realisierung von Öko-Innovationen lässt sich dabei keiner bestimmten Branche zuordnen. Vielmehr findet sie ihren Hintergrund in der Idee, solche Innovationen umzusetzen, die den Kriterien ökologischer Nachhaltigkeit entsprechen. Ecopreneurship bildet damit einerseits ein Teilgebiet des Entrepreneurship, näm-

¹ Vgl. etwa die Untersuchungen zum Zugang und zur Verwendung von Venture Capital durch Women Entrepreneurs bei Greene 2000 und Grenne et al. 2001. oder die Untersuchung von Persönlichkeitsmerkmalen von Gründerinnen und Gründern bei Cowling/Taylor 2001.

² So gibt es in Deutschland etwa das Deutsches Gründerinnen Forum e.V. zur Vernetzung und Unterstützung von Gründerinnen. Erwähnt sei hier beispielhaft auch die Existenzgründungs-Agentur für Frauen (EFA) in Oldenburg, wo dieses Arbeitspapier entstanden ist.

³ Vgl. Pfriem 1996, Schneidewind 1998.

⁴ Am Lehrstuhl für Unternehmensführung und Betriebliche Umweltpolitik von Prof. Dr. Reinhard Pfriem an der Carl-von-Ossietzky Universität Oldenburg wird im Rahmen des Projektes SUMMER SUsustainable Markets Emerge, auch unter der Beteiligung des Verfassers, gegenwärtig zu diesem Thema geforscht. Siehe www.summer-net.de.

lich die Fokussierung des unternehmerischen Handelns auf ökologisch nachhaltige Innovationen. Hinsichtlich der Anforderungen und Merkmale nimmt das Ecopreneurship jedoch eher eine übergeordnete Rolle ein, da nicht ein Teilausschnitt unternehmerischen Handelns gefragt ist, sondern ein mit zusätzlichen Anforderungen versehenes Unternehmertum. Ecopreneure sind nicht „nur“ als Innovatoren erfolgreich. Ihre Innovationen genügen auch den Anforderungen an nachhaltiges Wirtschaften, indem Umweltverantwortung aktiv übernommen wird und Umweltziele zur Identifikation des Unternehmers und Unternehmens beitragen.¹ Der Zugriff auf die Entrepreneurship-Forschung erfolgt dabei sowohl im Hinblick auf den einzelnen Entrepreneur und dessen Gründungsaktivitäten wie auch in Richtung des Corporate Entrepreneurship.

5.3 Corporate Entrepreneurship und Intrapreneure

In den vorangegangenen Kapiteln wurde bereits der Vorschlag von Shane und Venkataraman vorgestellt, Entrepreneurship nicht alleine in den Kontext der Unternehmensgründungen, sondern in den übergeordneten Kontext des Entdeckens, Bewertens und Verwertens neuer Güter und Dienstleistungen zu stellen. Eine solche Sichtweise erlaubt es, gezielt auch bestehende Unternehmen zum Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung zu machen. Ungeachtet der Frage, ob eine solche Interpretation und Auslegung der Entrepreneurship-Forschung sinnvoll erscheint, sollen hier einige der bereits bestehenden Überlegungen zur Disziplin des Corporate Entrepreneurship dargelegt werden. Dies ist keineswegs ein triviales Unterfangen, da die Definitionsangebote einen ähnlichen Umfang einnehmen, wie sie es für das Entrepreneurship als solches bereits tun. Auch wenn das Corporate Entrepreneurship als eigenes Spezialgebiet der Entrepreneurship-Forschung aufgeführt wird, so verlaufen die Einführung dieses Begriffs und die Auseinandersetzung mit entsprechenden Phänomenen doch zeitgleich mit der aufkeimenden Entrepreneurship-Forschung in den Vereinigten Staaten.² Einen Einblick in die Vielfalt der in diesem Zeitraum entstandenen Definitionsangebote liefert der folgende Kasten.

¹ Vgl. Schaltegger/Petersen 2000.

² Siehe dazu die Auswertung von Veröffentlichungen der 70er, 80er und 90er Jahre zum Corporate Entrepreneurship durch Zahra/Jennings/Kuratko 1999.

Corporate Entrepreneurship

Corporate entrepreneurship refers to the process whereby the firm engage in diversification through internal development. Such diversification requires new resource combination to extend the firm's activities in areas unrelated, or marginally related, to its current domain of competence and corresponding opportunity set.¹

Corporate entrepreneurship is an organizational process for transforming individual ideas into collective actions through the management of uncertainties.²

Corporate entrepreneurship is defined as the extend to which new products and/or new products are developed. An organization is entrepreneurial if it develops a higher than average number of new products and/or new markets.³

Corporate entrepreneurship involves employee initiative from below in the organization to undertake something new. An innovation which is by subordinates without being asked, expected or perhaps even given permission by higher management to do so.⁴

Corporate entrepreneurship is a process of organizational renewal that has two distinct but related dimensions: innovation and venturing, and strategic renewal.⁵

Diese Definitionsangebote machen deutlich, dass ein Forschungsfeld des Corporate Entrepreneurship sämtliche Themengebiete anschneidet, die mit der Entstehung von Neuem in Unternehmen zu tun haben. Eine Abgrenzung insbesondere zur Innovationsforschung und Forschungen zum strategischen und organisationalen Wandel findet nicht statt. In der folgenden Tabelle 2 wird in Anlehnung an eine Auswertung von Sharma und Chrisman⁶ eine Begriffshierarchie dargestellt. Ausgehend vom Begriff des Entrepreneurship werden das unabhängige und das Corporate Entrepreneurship unterschieden. Innerhalb des Corporate Entrepreneurship werden dann drei Bereiche separat definiert: Die strategische Erneuerung, das „Corporate Venturing“ und die Innovation. In Anlehnung an Gartner wird dabei zur Beschreibung von Entrepreneurship häufig der Begriff der „organizational creation“ genutzt. Dies lässt eine Hintertür zu Gründungen innerhalb bestehender Unternehmen offen, macht aber dennoch das Gründen einer neuen Einheit zum Kriterium. Im deutschen Sprachgebrauch gibt es keine gebräuchliche Analogie im Sinne einer „Organisationsgründung“. Auch für die Begriffe des „Business Venturing“ oder „Corporate Venturing“ bestehen keine direkten deutschen Übersetzungen. Business venturing steht ganz allgemein für Unternehmensgründung und

¹ Burgelman 1983, S. 1349.

² Chung/Gibbons 1997, S. 14.

³ Jennings/Lumkin 1989, S. 489.

⁴ Vesper 1984, S. 295.

⁵ Zahra 1993, S. 321.

⁶ Vgl. Sharma/Chrisman 1999.

corporate venturing für Unternehmensgründungen durch bestehende Unternehmen.

Begriff	Kriterien
Entrepreneurship	Unternehmensgründung (organizational creation) Organisationaler Wandel Innovation Innerhalb oder außerhalb bestehender Unternehmen
Unabhängiges Entrepreneurship	Unternehmensgründung Durch Individuen, die nicht mit einer bestehenden Unternehmen verbunden sind.
Corporate Entrepreneurship	Unternehmensgründung Organisationaler Wandel Innovation Veranlasst durch ein bestehendes Unternehmen
Strategic renewal	Organisationaler Wandel Größerer strategischer und/oder struktureller Wandel Veranlasst durch ein bestehendes Unternehmen Innerhalb eines bestehenden Unternehmens
Corporate venturing	Unternehmensgründung Veranlasst durch ein bestehendes Unternehmen Extern: neues Unternehmen außerhalb Intern: neue Geschäftseinheit innerhalb
Innovation	Einführung von etwas Neuem in den Markt Potenzial, um das Wettbewerbsumfeld zu ändern Häufig gemeinsam mit corporate venturing oder strategic renewal

Tabelle 2: Begriffshierarchie Entrepreneurship

Es bedarf der Erwähnung, dass in Anbetracht der Vielfalt an Phänomenen und zugehöriger Begriffe auch die Klärung zukünftiger Forschungsanliegen innerhalb des Corporate Entrepreneurship intensiv diskutiert wird. Auf diese Diskussion soll hier nur hingewiesen, sie soll an dieser Stelle nicht nachgezeichnet werden.¹

In den bisherigen Darstellungen fehlt nun aber noch ein weiterer Begriff, der in jüngerer Zeit gelegentlich zu lesen war: der Intrapreneur.² Mit dieser in Unternehmen anzutreffenden Spezies bleibt eine Idee der Entrepreneurship-Forschung erhalten, die dem Forschungsfeld des Corporate Entrepreneurship fast abhanden

¹ 1999 wurden zwei Ausgaben (Spring und Winter) des Journals Entrepreneurship Theory and Practice einer Bestandsaufnahme der aktuellen Forschung und der Perspektiven des Corporate Entrepreneurship gewidmet.

² Diesem folgte auch recht bald der Interpreneur als Netzwerk.Unternehmer und andere Bindestrich-Preneure wie z.B. der oben erläuterte Ecopreneur.

zu kommen droht: das Individuum als Gründer und Innovator. Innerhalb der Forschungslandschaft ist der Intrapreneur gleichsam eingeklemmt zwischen dem ursprünglichen Entrepreneur und dem Corporate Entrepreneurship als gemeinschaftlichem oder kollektivem Unternehmertum. Bird beschreibt die Unterschiede zum klassischen Entrepreneur wie folgt:

“Intrapreneurs operate under some form of corporate accounting system, with reporting relationships to hierarchical superiors; entrepreneurs stand alone. Intrapreneurs do not personally face the financial risk that entrepreneurs do, nor do they foresee the same reward. As a result, they experiences and behaviours differ somewhat of those of the entrepreneurial sole proprietor or partner.”¹

Auf den Unterschied zwischen Intrapreneurship und Corporate Entrepreneurship gehen u.a. Nielsen et al. ein:

„Intrapreneurship is the development within a large organization of internal markets and relatively small and independent units designed to create, internally test-market, and expand improved and/or innovative staff services, technologies or methods within the organization. This is different from the large organization entrepreneurship / venture management strategy that tries to develop internal entrepreneurial / venture units whose purpose is to develop profitable positions in external markets.”²

Damit wird ein erneut die bemerkenswerte Interpretationsvielfalt und fehlende Homogenität von Begriffsverwendungen im Kontext der Entrepreneurship-Forschung sichtbar. Während sich der Intrapreneur bei Bird zwar durch gewisse Eigenschaften und Erfahrungen vom selbständigen Entrepreneur unterscheidet, wird ihm seine Rolle und sein Aktionsraum innerhalb von Unternehmen nicht eingeschränkt. Um der Existenz der beiden Begriffe Intrapreneurship und Corporate Entrepreneurship Sinn zu geben, schlagen Nielsen et al. dagegen vor, das Intrapreneurship nicht etwa auf das innovative Handeln einzelner Personen in Unternehmen zu beziehen, sondern auf unternehmensinterne Mechanismen mit Marktcharakter.

Es wird in der Bilanz und eigenen Positionierung zu klären sein, ob eine solche Zusammenfassung von Phänomenen der Entstehung von neuem für ein Forschungsfeld Corporate Entrepreneurship und Intrapreneurship sinnvoll erscheint. Damit verbunden ist auch die Klärung der Frage, welches Gewicht die Entstehung von Neuem in oder aus bestehenden Unternehmen heraus in der Entrepreneurship-Forschung haben sollte.

¹ Bird 1989, S. 23.

² Nielsen et al. 1985, S. 181.

5.4 Entrepreneurship in Entwicklungsländern

Abschließend zu dieser Sichtung von Spezialgebieten der Entrepreneurship-Forschung sei auf Entrepreneurship in Entwicklungsländern hingewiesen. Die Chancen, Bedingungen und Auswirkungen von Unternehmertum in Entwicklungsländern ist ein mittlerweile vielfach thematisiertes Forschungs- und Handlungsfeld.¹ Eine Vielzahl der Projekte etwa der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GTZ hat die Förderung von unternehmerischem Handeln zum Inhalt.² Entrepreneurship wird dabei nicht zwangsläufig mit innovativen Hochtechnologien verbunden. Vielmehr spielt der Aspekt der wirtschaftlichen Selbständigkeit und der Schaffung des eigenen Arbeitsplatzes die dominante Rolle.³ Daneben werden aber natürlich auch Innovationen befördert, und sei es zunächst nur durch die Einführung von Produkten und Dienstleistungen in Ländern, in denen diese bisher nicht am Markt angeboten wurden.

¹ Zu aktuellen Maßnahmen der Förderung von Unternehmertum in Entwicklungsländern vgl. Kolshorn/Tomecko 1998.

² Siehe etwa das Programm Competency based Economies through Formation of Enterprise (CEFE), Informationen auf www.cefe.gtz.de.

³ Das Journal „Small Business Economics“ versammelt in den Ausgaben der vergangenen Jahre ein umfangreichen Fundus an Forschungsbeiträgen zum Unternehmertum in Entwicklungsländern.

6. Positionen zur Entrepreneurship-Forschung

Die bisherigen Ausführungen haben gezeigt, dass eine klare und einheitliche Ausrichtung der Entrepreneurship-Forschung nicht vorhanden, und wohl auch in nächster Zeit nicht zu erwarten ist. Dennoch ist es das Anliegen des Verfassers, mögliche Fokussierungen der Entrepreneurship-Forschung in Form einiger Positionen vorzustellen. Um dies zu leisten, sollen die gesammelten Beobachtungen nun in drei Schritten diskutiert werden. Damit wird von den recht verbreiteten sechs „decisions“ aus Low und MacMillan abgewichen. Mit der Begründung für dieses Abweichen beginnt bereits die Diskussion der Ergebnisse. Aus der Sicht des Verfassers weisen die Beobachtungen und Beiträge zu den sechs decisions (Ziel, theoretische Perspektive, Fokus, Ebene der Analyse, Zeitrahmen, Methodologie) zahlreiche Querbezüge und Überschneidungen untereinander auf, so dass ein Festhalten an dieser Systematik nicht hilfreich erscheint.

So tangiert eine Diskussion des Zieles der Entrepreneurship-Forschung unmittelbar die Frage des Fokus' bzw. der Domain der Entrepreneurship-Forschung. Daher kann die Frage, ob sich die Entrepreneurship-Forschung der Beobachtung von Netzwerken, von Persönlichkeitsmerkmale der Gründerpersonen oder von sozialen Kultur zuwenden sollte, nicht unabhängig, sondern nur eng verzahnt mit der Frage beantwortet werden, welchem grundsätzlichen Ziel sich die Entrepreneurship-Forschung zuwenden sollte.

Die Fragen nach dem Zeithorizont und den Ebenen der Entrepreneurship-Forschung verknüpfen sich ebenfalls unlösbar (a) mit dem Ziel und (b) der Forschungsmethode der Entrepreneurship-Forschung. So lassen sich aus den Ausführungen zahlreiche einzelne Fragestellungen separieren, die in unterschiedlichem Maße einzelne oder mehrere der sechs „decisions“ betreffen:

1. Soll sich die Entrepreneurship-Forschung darum bemühen, eine *homogene Einheit* zu bilden, oder sollten eigenständige und dann auch weitgehend unabhängige Teilgebiete und Zielgruppen der Forschung (wie z.B. Ausbildung und Politikberatung) zugelassen oder sogar aktiv gestaltet werden?
2. Soll innerhalb der *Betriebswirtschaftslehre* die Entrepreneurship-Forschung als *eigene Disziplin* betrachtet werden, oder soll sie eher den Charakter einer nachgeordneten betriebswirtschaftlichen Disziplin haben?

3. Soll es der Entrepreneurship-Forschung allem voran um die Erforschung des *Gründens von Unternehmen* oder, viel allgemeiner, um die Erforschung des *Schaffens neuer ökonomischer Aktivitäten* gehen?
4. Müssen im engeren Bereich „*Gründen neuer Unternehmen*“ wie auch im weiteren Bereich „*Schaffen neuer ökonomischer Aktivitäten*“ bestimmte Wachstumsziele oder Innovationsmerkmale vorliegen, um Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung zu werden?
5. Welcher Art sind die *Kriterien*, die eine Eigenständigkeit dokumentieren sollten? Reicht es aus, bestimmte neue Forschungsfragen als spezifischen Rahmen zu definieren, oder sollten auch ausgewählte theoretische und methodische Zugriffe konstitutiv für die Entrepreneurship-Forschung sein?
6. Auf welchen Ebenen (Individuum, Gruppe, Organisation, Industrie, Gesellschaft) soll die Entrepreneurship-Forschung insgesamt tätig sein?
7. Welcher Stellenwert soll der Erforschung des Entrepreneurs höchst selber und seiner Persönlichkeitsmerkmale gewidmet werden?
8. In welchen Phasen des Unternehmertums sollte die Entrepreneurship-Forschung einsetzen und wann sollte sie das Feld anderen Disziplinen überlassen?

Diese verschiedenen Fragen lassen sich auf drei Schwerpunkte verteilen:

- A) Fragen zur Positionierung der Entrepreneurship-Forschung (dazu zählen die Fragen 1 und 2)
- B) Fragen zum Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung (dazu zählen die Fragen 3 und 4)
- C) Fragen zu den methodischen und theoretischen Zugriffen der Entrepreneurship-Forschung (dazu zählen die Fragen 5 bis 8)

Zu den ersten beiden Schwerpunkten, der Positionierung und dem Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung (bzw. den Fragen 1 bis 4) erfolgt nun abschließend die Darlegung eigener Positionen des Verfassers. Auf eine ausführliche Darlegung von Positionen zum Schwerpunkt (also den Fragen 5 bis 8= wird hier verzichtet, auch wenn dort zweifellos wichtige Detailfragen zu klären sind. Grundsätzlich plädiert der Verfasser dafür, eine Klärung des Selbstverständnisses der Entrepreneurship-Forschung über klare Antworten zu den Fragen 1 bis 4 zu erlangen und weniger über enge Vorgaben zu den Fragen 5 bis 8.

6.1 Positionierung der Entrepreneurship-Forschung

Ein großer Anteil der bisher geschilderten Debatte lässt sich der Frage nach der Positionierung der Entrepreneurship-Forschung in der Wissenschaftslandschaft zuordnen. Dabei werden abwechselnd und zum Teil auch gleichzeitig die folgenden zwei der gerade aufgelisteten Fragen thematisiert:

1. Soll sich die Entrepreneurship-Forschung darum bemühen, eine *homogene Einheit* zu bilden, oder sollten eigenständige und dann auch weitgehend unabhängige Teilgebiete und Zielgruppen der Forschung (wie z.B. Ausbildung und Politikberatung) zugelassen oder sogar aktiv gestaltet werden?
2. Soll innerhalb der *Betriebswirtschaftslehre* die Entrepreneurship-Forschung als *eigene Disziplin* betrachtet werden, oder soll sie eher den Charakter einer nachgeordneten betriebswirtschaftlichen Disziplin haben?

Ad 1: Homogene Einheit oder unabhängige Teilgebiete und Zielgruppen

Position:

Die Entrepreneurship-Forschung sollte sich stärker als bisher eigenständig in den klassischen geistes- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen formieren. Dies sollte in der Entstehung eigener Veröffentlichungsorgane und Netzwerke innerhalb der verschiedenen Fachdisziplinen zum Ausdruck kommen. Damit würde die Vielfalt der Forschungsbeiträge, die gegenwärtig im Kontext der Entrepreneurship-Forschung entstehen, klarer gebündelt und auf die verschiedenen Zielgruppen zugeschnitten. Das bedeutet keineswegs, dass es daneben nicht umfassende interdisziplinäre Bemühungen der Entrepreneurship-Forschung geben soll und geben muss. Solange sich die Entrepreneurship-Forschung in ihren Netzwerken und Veröffentlichungsorganen aber so interdisziplinär präsentiert, wie es gegenwärtig der Fall ist, erschwert sie es sich, innerhalb der bestehenden wissenschaftlichen Fachdisziplinen die gewünschte Anziehungskraft auszulösen.

Das gegenwärtige Unbehagen der Entrepreneurship-Forschung rührt aus einem ganzen Bündel von Heterogenitäten. Selbst wenn sich die Entrepreneurship-Forschung auf das Phänomen des Gründens von Unternehmen fokussieren würde, bleiben vielfältige Optionen und Zugänge der Erforschung dieses Phänomens. So wurden weiter oben (Kapitel 3) verschiedene Schulen der Entrepreneurship-Forschung erwähnt. In Verbindung damit war bereits deutlich geworden, dass sich einzelne Fragestellungen der Entrepreneurship-Forschung ganz eng an den Kontext bestimmter betriebswirtschaftlicher Disziplinen, wie z.B. Organisation, Marketing oder Strategisches Management anlehnen. Aber nicht nur innerhalb der

Betriebswirtschaftslehre gibt es verschiedene klassische Disziplinen, die einen eigenen Beitrag zur Entrepreneurship-Forschung leisten können und leisten. Ein Blick auf die gesamte geistes- und sozialwissenschaftliche Forschungslandschaft macht deutlich, dass auch aus benachbarten Wissenschaftsdisziplinen zahlreiche Zugänge zur Entrepreneurship-Forschung bestehen. So liefern sozialwissenschaftliche und soziologische Untersuchungen wichtige Beiträge zur Erforschung von kulturellen Rahmenbedingungen des Gründungsgeschehens einer Gesellschaft. Auch wurde bereits die Frage der Ausbildung von angehenden Entrepreneurern vor dem Hintergrund diskutiert, hier eine eigene, in der Pädagogik verankerte Disziplin zu verankern. Analog der Wirtschaftspädagogik könnte diese zur Etablierung einer Disziplin der Entrepreneurship-Pädagogik führen. Nahe liegende Kandidaten für solche Teildisziplinen sind dann im Überblick:

- Die betriebswirtschaftliche Entrepreneurship-Forschung¹
- Die volkswirtschaftliche Entrepreneurship-Forschung²
- Die psychologische Entrepreneurship-Forschung³
- Die sozialwissenschaftliche und soziologische Entrepreneurship-Forschung⁴
- Die Entrepreneurship-Pädagogik (bzw. Entrepreneurship Education)⁵

Es sein noch einmal betont: Natürlich muss es zwischen diesen Disziplinen einen Austausch und eine gegenseitige Bezugnahme geben. Auch müssen viele Forschungsvorhaben Disziplinen übergreifend angelegt sein. Dennoch könnten die Foren, an denen sich eine bestimmte wissenschaftliche Gemeinschaft zusammen findet und die Organe, in denen sie ihre Ergebnisse veröffentlicht, analog der Situation in der allgemeinen Wirtschaftsforschung vielfältig sein.⁶

Die zahlreichen weiteren Fragen, die zur Klärung des Selbstverständnisses der Entrepreneurship-Forschung gestellt werden, müssten dann in jeder dieser wissenschaftlichen Disziplinen separat geklärt werden. Und es würden je nach Disziplin

¹ Alle betriebswirtschaftlichen Disziplinen leisten in ihrer Adaption auf die Herausforderungen der Unternehmensgründung bereits umfassende Beiträge dazu.

² Als Forschungsbeiträge volkswirtschaftlichen Entrepreneurship-Forschung siehe etwa Casson 1982 oder Bös/Bergson/Meyer 1984.

³ Vgl. etwa Carland/Carland/Ensley 2001.

⁴ Vgl. etwa den Sammelband von Swedberg zum „Social Science View“ des Entrepreneurship (Swedberg 2000).

⁵ Einen Überblick zu theoretischen und pädagogischen Einsichten der Entrepreneurship-Ausbildung liefert Fiet 2000a und Fiet 2000b. Eigene Veröffentlichungsorgane sind das Journal for Entrepreneurship Education oder das International Journal for Entrepreneurship Education.

⁶ Hingewiesen sei hier auf einen Vorschlag von Filion, zwischen den zwei Disziplinen des Entrepreneurship als praxisorientierte Forschung und der „Entrepreneurologie“ als theoretisch ausgerichteter Forschung zu unterscheiden. Vgl. Filion 1997.

zweifellos unterschiedliche Antworten auf diese Fragen sinnvoll sein. Dies macht auch deutlich, dass die Suche nach der einen Strategie zur erfolgreichen Positionierung einer Entrepreneurship-Forschung nicht zielführend ist, solange nicht vorab geklärt und zugestanden ist, dass dies nur vor dem Hintergrund einer wissenschaftlich disziplinären Zuordnung möglich ist.

Ad 2: Eigene oder nachgeordnete betriebswirtschaftliche Disziplin

Position:

Der Stellenwert der Entrepreneurship-Forschung innerhalb der Betriebswirtschaftslehre bemisst sich ausschließlich an der Attraktivität und Originalität, den diese Disziplin ausstrahlt. Diese führen dazu, dass die Disziplin institutionelle Bedeutung erlangt. Eine solche Entwicklung ist nur sehr bedingt von bewussten Willensakten abhängig. Denkbar ist daher auch, dass die Entrepreneurship-Forschung aufgrund ihrer hohen Anschlussfähigkeit vollständig in bestehenden Disziplinen einfließt, diese entsprechend verändert und letztlich als institutionell eigenständige Disziplin ganz verschwindet.

Obleich die Frage nach dem Stellenwert der Entrepreneurship-Forschung ganz offensichtlich innerhalb einer ja durchaus existierenden Gemeinschaft der Entrepreneurship-Forscher diskutiert wird, scheint eine Antwort doch weit weniger von Willensbekundungen einzelner ihrer Mitglieder abzuhängen, als von der schwer zu steuernden systemischen Emergenz, die diese Gemeinschaft erzeugt. Es ist zwar durchaus verständlich und ja auch lobenswert, wenn engagierte Entrepreneurship-Forscher in einem wahrgenommen Defizit an Respekt für ihre Disziplin selbstkritisch fragen, was sie selbst ändern müssten, um mehr Respekt zu erhalten. Die Suche nach einer eigenen „domain“ im Sinne eines klar definierten „conceptual frameworks that explains and predict a set of empirical phenomena not explained or predicted by conceptual frameworks already in existence in other fields“¹ scheint aber als Strategie dazu nur auf den ersten Blick plausibel. Die will begründet sein:

Mit Rückgriff auf Ausführungen von Steffens aus dem Jahre 1962 zum Wissenschaftsprogramm der betriebswirtschaftlichen Theorie der Unternehmung² kann argumentiert werden, dass sich die Attraktivität eines Forschungsfeldes nicht aus seiner exklusiven Domain, sondern aus seinem Angebot an Wissenschaftler ergibt, (a) hier eine Gemeinschaft zu finden, die das Interesse an den eigenen For-

¹ Shane/Venkataraman 2000, S. 217.

² Vgl. Steffens 1962, S. 748.

schungsanliegen teilt und die (b) die Chance bietet, sich als Wissenschaftler zu positionieren. Natürlich hängt eine so definierte Attraktivität eines Forschungsfeldes wiederum ganz erheblich von deren Domain ab – aber nicht, das ist die These hier, von der Universalität einer Domain. Die Entrepreneurship-Forschung müsste sich hier auf eine ihrer zentralen Wurzeln besinnen und fragen, was Entrepreneurere auszeichnet, nämlich:

Vorhandenes entdecken und neu kombinieren!

Wissenschaft ist immer auch Wettbewerb, ist „Kampf um Anerkennung“¹ zwischen konkurrierenden Konstruktionsleistungen wissenschaftlichen Tuns. Entrepreneurere lehren uns, dass die Voraussetzung für das Gewinnen von Anerkennung in einem Markt nicht ein einzigartig konstruiertes Produkt ist, sondern das Bedienen und ggf. auch vorgelagerte Produzieren von Nachfrage. Es wird weiter unten zu diskutieren sein, was die Kandidaten für solche eine Entdeckung und Rekombination sein könnten. Bereits hier soll ergänzt werden, dass unternehmerisches Tun bei der Eroberung eines Wissenschaftsmarktes sich weitergehend auszeichnen könnte u.a. durch Visionen von wissenschaftlicher Gemeinschaft, durch Durchhaltevermögen, durch Kundenorientierung (z.B. in der Ausbildung, der Beratung von Unternehmenspraxis oder der Politik) und durch Lieferanten- und Netzwerkorientierung (Attraktivität für junge Wissenschaftler und etablierte Wissenschaftler aus anderen Disziplinen).

Ein genauer Blick auf die ob ihrer Unumstrittenheit so beneideten Disziplinen zeigt, dass auch diese keineswegs durch ihre einzigartigen domains bestechen. Ob Organisation, Marketing, Strategisches Management: alle einen sich unter dem Dach der Führungs- und Management-Forschung und ein Studium der jeweils einschlägigen Lehrbücher zeigt die zahlreichen Überschneidungen und gegenseitigen Anleihen. Dennoch bestehen hier weniger Diskussionen um die Rechtfertigung der eigenen Disziplin, da jede von ihnen eine großen Wissenschaftsmarkt repräsentiert.

Die Frage, ob die Entrepreneurship-Forschung als eigene betriebswirtschaftliche Disziplin betrachtet oder eher den Charakter einer nachgeordneten Disziplin haben soll, ist daher bestenfalls als Zeitpunktbetrachtung relevant, nicht aber als strategische Frage. Aus einer Zeitpunktbetrachtung heraus könnte man attestieren, dass die Entrepreneurship-Forschung gegenwärtig keine etablierte eigene betriebswirtschaftliche Disziplin ist. Ob sie das jemals wird, hängt nicht von der akademischen Entscheidung ab, ob das gerechtfertigt wäre, sondern von dem

¹ Honneth 1992.

Agieren derer, die mit dem Thema Entrepreneurship einen eigenen betriebswirtschaftlichen Wissenschaftsmarkt erschließen wollen. Da es offensichtlich zahlreiche Wissenschaftler gibt, die einen eigenen Wissenschaftsmarkt für Entrepreneurship-Forschung aufbauen wollen, verbleibt die Frage nach dem zugehörigen Angebot an den Wissenschaftsmarkt. Vorschläge dafür gibt es reichlich. Zu fragen ist, welche wirklich Innovationspotenzial haben. Unabhängig von dem Ergebnis einer solchen Auswahl kann zur Frage, ob entsprechende Strategien der Markterschließung aufgehen werden, wie bei jeder innovativen Geschäftsidee auch, dann trefflich spekuliert werden.

Die gegenwärtige Breite der Entrepreneurship-Forschung lässt allerdings auch eine ganz andere Entwicklung möglich erscheinen. Analog zur entscheidungs- oder verhaltenswissenschaftlichen Öffnung der Betriebswirtschaftslehre in den 60er und 70er Jahren ist nicht auszuschließen, dass man in einigen Jahren im Rückblick auf den Jahrtausendwechsel von einer unternehmerischen Öffnung bzw. von der Etablierung der unternehmertumorientierten Betriebswirtschaftslehre sprechen wird. So wie es heute kaum mehr Lehrstühle für Entscheidungslehre gibt, könnten dann die wenigen heute bestehenden Lehrstühle und Professuren den etablierten oder dann ganz neuen Strömungen Platz machen müssen. Unternehmerisches Denken und entsprechende Modelle und Theorien wären dann zum selbstverständlichen und festen Bestandteil der weiter existierenden klassischen Disziplinen geworden.

Das mag für die gegenwärtigen Akteure der Entrepreneurship-Forschung wenig attraktiv klingen. Für die Betriebswirtschaftslehre wäre dies zweifellos ein enormer Fortschritt. In naher Zukunft scheint sich eher eine Kombination aus beidem abzuzeichnen. Die weitere Etablierung unternehmerischer Akzente in den klassischen Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre und die Etablierung einer eigenen Community der betriebswirtschaftlichen Entrepreneurship-Forschung, ausgestattet mit einem attraktiven und spezifischen Marktangebot. Die Klärung eines spezifischen Marktangebotes führt zum nächsten Kapitel, dem Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung.

6.2 Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung

Die Frage nach dem Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung greift zwei weitere des oben zusammengestellten Fragenkataloges auf:

1. Soll es der Entrepreneurship-Forschung im Allgemeinen (und dieser Forschungsarbeit im Besonderen) um die Erforschung des *Gründens von Unter-*

nehmen oder, allgemeiner und das erste umfassend, um die Erforschung des Schaffens neuer ökonomischer Aktivitäten gehen?

2. Müssen im engeren Bereich „Gründen neuer Unternehmen“ wie auch im weiteren Bereich „Schaffen neuer ökonomischer Aktivitäten“ bestimmte Wachstumsziele oder Innovationsmerkmale vorliegen, um Gegenstand der Entrepreneurship-Forschung zu werden?

Ad 1: Gründen von Unternehmen versus Schaffen neuer ökonomischer Aktivitäten

Position:

Die Entrepreneurship-Forschung sollte konsequent auf Unternehmensgründungen fokussieren. Das Schaffen neuer ökonomischer Aktivitäten wird bereits umfassend in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Disziplinen aufgegriffen und stellt daher kein wissenschaftliches Alleinstellungs- bzw. Differenzierungsmerkmal dar.

„Wer seine Wissenschaft ernst nimmt, der sollte sich ihrer Erkenntnisse auch bei Aussagen über seine Wissenschaft bedienen.“¹ Wenn man diesen Einsicht von Pack aus den späten 1960er Jahren folgt, dann sollte der Satz „Vorhandenes entdecken und neu kombinieren“ nicht nur das credo der Entrepreneurere, sondern auch das der Entrepreneurship-Forschung sein. Auswahlkriterium für die Auswahl und Rekombination von Vorhandenen sind die Chancen, damit neue Märkte zu schaffen – auch auf Kosten anderer, bestehender Märkte. Welche Phänomene bieten sich an, um insbesondere im Feld der betriebswirtschaftlichen Forschung ausgewählt und intelligent neu kombiniert zu werden? In den vorangegangenen Ausführungen ist eine ganze Reihe von Vorschlägen zusammen gekommen. Zwei dieser Vorschläge dominieren das Feld:

1. Neue Mittel/Zweck-Beziehungen in die (ökonomische) Welt bringen
2. Das Gründen von Unternehmen

Natürlich ist auch die Kombination beider Kriterien denkbar: Mit neuen Unternehmen neue Mittel/Zweck-Beziehungen in die Welt bringen. Der erste Vorschlag kann hier insbesondere auf den Beitrag von Shane und Venkataraman zurückgeführt werden. Im Unterschied zu deren Auffassung, damit ein für die Entrepreneurship-Forschung entscheidendes Alleinstellungsmerkmal vorzuschlagen, vertritt der Verfasser der vorliegenden Arbeitspapiers die Auffassung, mit diesem Vorschlag der Beliebigkeit und Breite der Entrepreneurship-Forschung weiter Vorschub zu leisten. Dies nicht einmal deswegen, da die Autoren ja durch den

¹ Pack 1968, S. 22.

Hinweis auf zahlreiche Forschungsarbeiten aus anderen Disziplinen bereits andeuten, wie viele Überschneidung es mit anderen Disziplinen auch außerhalb der Betriebswirtschaftslehre gibt. In ihren Literaturverweisen bleibt eine originär betriebswirtschaftliche Disziplin jedoch gänzlich unerwähnt, die vielleicht an vorderster Stelle genau das repräsentiert, was Shane und Venkataraman als Domain der Entrepreneurship-Forschung vorschlagen. Wenn das Anliegen der Entrepreneurship-Forschung die Fragen nach den Bedingungen und Vorgängen des Entdeckens, Bewertens und Verwertens zukünftiger Güter oder Dienstleistungen sein sollen, dann schaltet sie sich nicht nur unmittelbar parallel mit den jüngeren Schwerpunkten klassischer Disziplinen wie der Organisationsforschung, sondern auch mit selber jungen, aber bereits klarer kontuierten betriebswirtschaftlichen Disziplinen wie der Strategie- und Innovationsforschung. Diese Disziplinen sind im Hinblick auf die behandelten Fragestellungen mittlerweile enorm facettenreich und repräsentieren mit ihren Domains des Wandels und der Innovation eigene Wissenschaftsmärkte. Aus der Sicht des Verfassers tut sich die Entrepreneurship-Forschung im Hinblick auf die Etablierung einer attraktiven und anerkannten Community zumindest im deutschsprachigen Raum keinen Gefallen, wenn sie die Anliegen dieser Disziplinen schlicht unter neuem Namen übernimmt. Unternehmerisch gesprochen könnte man sagen: Dieser Markt ist – zumindest im deutschsprachigen Raum - bereits überzeugend besetzt. Als Imitator sind hier nur wenige Marktanteile zu gewinnen.

Disziplinen wie die Innovationsforschung, die Organisationsforschung oder auch die Strategieforschung müssen sich zwar hin und wieder den Vorwurf gefallen lassen, mit zu engem Fokus Phänomene der Entstehung von Neuem zu beleuchten. So weist etwa die betriebswirtschaftliche Innovationsforschung mit ihrer Dominanz des Technologiemanagements¹ einen Schwerpunkt auf, der den Hinweis rechtfertigt, dass damit eben auch nur ein Ausschnitt der Entstehung von Neuem erforscht wird. Dieser Hinweis liefert jedoch keine Argumente für eine erfolgreiche Orientierung der Entrepreneurship-Forschung an allgemeinen Fragen der Entstehung von Neuem. Die Innovationsforschung selbst und einige klassische Disziplinen der Betriebswirtschaft versäumen es nicht, längstens auch andere Phänomene der Entstehung von Neuem zu erforschen. Innerhalb der Innovationsforschung ist dies etwa die Auseinandersetzung mit innovativen Dienstleistungen.² Innerhalb der Organisationsforschung ist dies die Auseinandersetzung mit

¹ So firmieren nicht nur zahlreiche neu gegründete Lehrstühle, sondern auch die im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft gegründete Kommission unter dem Namen „Technologie- und Innovationsmanagement“. Auch die Academy of Management bringt in ihrer „Technology and Innovation Management Division“ beide Schwerpunkte vermeintlich untrennbar zusammen.

² Vgl. stellvertretend Gallouj 2002; Andersen 2000.

organisatorischem Wandel.¹ Aus dem strategischen Management heraus etabliert sich ein an Kognitions- bzw. Wahrnehmungsprozessen orientierte Erforschung von kulturellen Wandlungsprozessen. Man kann sogar den Standpunkt einnehmen, dass diese Disziplinen hier schon ein ganzes Stück weiter sind, da sie eben nicht mehr nur das Individuum als Innovator, sondern daneben auch die Emergenzphänomene in Organisationen und Gesellschaften für die Klärung von Innovations- Neuerungs- und Wandlungsprozessen im Auge haben.

So erscheint im Hinblick auf die Neuheit und Relevanz möglicher Aufgabenstellungen einer Entrepreneurship-Forschung die Thematisierung des Gründens von Unternehmen die ungleich plausiblere Option; dies keineswegs, weil andere Optionen – wie z.B. die der Erforschung der Entstehung von Neuem – irrelevant oder uninteressant wäre, sondern alleine deshalb, weil ein entsprechender Wissenschaftsmarkt erst in Ansätzen vorhanden ist, obwohl zumindest gegenwärtig eine enorme Nachfrage nach wissenschaftlichen Erkenntnissen zum Gründungsgeschehen einer Gesellschaft besteht. Diese Nachfrage ist auch von der Einschätzung geleitet, dass Unternehmensgründungen ein wichtiger Motor für Innovationen und damit auch für Wirtschaftswachstum die Schaffung von Arbeitsplätzen sind. Die Erforschung von Unternehmensgründungen kann daher auch als Teildisziplin einer allgemeinen Innovationsforschung verstanden werden. Das Technologie- und Innovationsmanagement, das gegenwärtig die betriebswirtschaftliche Innovationsforschung dominiert, ist eine andere solche, zumindest in Deutschland bereits weiter entwickelte Teildisziplin.

Ad 2: Wachstumsziele und Innovationsmerkmale

Position:

Eine auf Unternehmensgründungen fokussierende Entrepreneurship-Forschung sollte offen sein für alle Formen der Unternehmensgründung und dabei neue gesellschaftliche Trends proaktiv aufgreifen.

Auch die Frage, ob sich die Entrepreneurship-Forschung jeder Form der Gründung eines Unternehmens oder nur bestimmten Arten der Unternehmensgründung zuwenden sollte, soll hier allem voran unter dem Gesichtspunkt der Erschließung eines Wissenschaftsmarktes erörtert werden. Und auch hier geschieht dies in einer Situation, in der die Entrepreneurship-Forschung längst Fakten geschaffen hat. Wie in Kapitel 1 gesehen, steht der Idee des Schumpeterschen Unternehmers – als in heutigem Sprachgebrauch echtem Innovator, der neue Märkte erobert –, eine Entrepreneurship-Forschung gegenüber, die sich gleichermaßen mit schnell wach-

¹ Noch einmal sei hier für einen Überblick auf Staehle 1999, S. 898 ff hingewiesen.

senden, innovativen High-Tech-Unternehmen beschäftigt wie auch mit Ein-Personen-Unternehmen mit höchst traditionellem Leistungsangebot (z.B. dem Aufstellen von Spielautomaten oder der Eröffnung eines Imbisses).

Aus der Perspektive der Nachfrage nach wissenschaftlicher Forschung kann daher, auch mit Hinweis auf die zahllosen Förderinitiativen für Unternehmensgründungen aller Art, die Auffassung vertreten werden, dass eine alleinige Fokussierung auf wachstumsintensive und innovative Unternehmensgründungen eine wichtige Forschungslücke nicht bedienen würde. Dies wiederum würde dem Anspruch widersprechen, als eigene Disziplin in den Kampf um Anerkennung in Wissenschaft und Gesellschaft einzutreten. Das Thema der Unternehmensgründungen entwickelt im Kontext der wachstumsorientierten High-Tech-Unternehmen zwar seine größte Ausstrahlung. Faktisch sind aber, soweit dies empirisch abschätzbar ist, maximal zwei bis drei von 100 Unternehmensgründungen in Deutschland hier anzusiedeln.¹ Vorhandenes entdecken und dieses neu kombinieren könnte daher dazu führen, das Phänomen des Gründens nicht exklusiv mit dem Phänomen eines (dann auch im Ausmaß zu präzisierenden) Innovierens und Wachsens, sondern vielmehr mit aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen und entsprechenden Arbeitswelten zu kombinieren.

Auf diesem Weg würden Aspekte des Wachstums von Unternehmen und der Innovation nicht beiseite geräumt. Sie könnten aber ergänzt werden zum Beispiel um Aspekte neuer Formen der Selbständigkeit (Stichworte Mikro-Unternehmen, virtuelle Unternehmen, Netzwerkunternehmen), um Konsequenzen einer Entwicklung von der Industrie- hin zur Wissensgesellschaft oder um Fragen sozialer Nachhaltigkeit selbständiger oder abhängiger Erwerbsarbeit. Dies sind wichtige Zukunftsfelder auch der betriebswirtschaftlichen Forschung, in denen die Entrepreneurship-Forschung großes Gewicht bekommen kann – wenn sie Ihre eigenen Prinzipien beherzigt, Vorhandenes zu entdecken und intelligent neu zu kombinieren.

¹ Dies lässt sich aus dem Zahlenmaterial des ZEW-Gründungspanels ableiten (vgl. ZEW 2002).

Literaturverzeichnis

- Aldrich, H.E./Zimmer, C. (1986): Entrepreneurship through Social Networks, in: Sexton, D.L./Smilor, R.W. (Hrsg.): *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, S. 2-23.
- Amit, R./Glosten, L./Müller, E. (1993): Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research, in: *Journal of Management Studies*, 30, S. 815-834.
- Andersen, B. (2000) (Hrsg.): *Knowledge and Innovation in the Service Economy*, Chaltenham.
- Barreto, H. (1989): *The Entrepreneur in Microeconomic Theory, Disappearance and Explanation*, London.
- Baumol, W. (1993): Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds, in: *Journal of Business Venturing*, 8, S. 197-210.
- Bird, B.J. (1989): *Entrepreneurial Behaviour*, Glenview.
- Birley, S. (1985): The Role of Networks in the Entrepreneurial Process, in: *Journal of Business Venturing* 1, S. 107-117.
- Bös, D./Bergson, A./Meyer, J.R. (1984): Entrepreneurship, Supplementum 4 der Zeitschrift für Nationalökonomie sowie des *Journal of Economics*, Wien/New York.
- Burgelman, R.A. (1983): Corporate Entrepreneurship and Strategic management: Insights from a Process Study, in: *Management Science*, 29, S. 1349-1364.
- Carland, J.W./Carland, J.C./Ensley, M.D. (2001): Hunting the Heffalump: The Theoretical Basis and Dimensionality of the Carland Entrepreneurship Index, in: *Academy of Entrepreneurship Journal*, Volume 7, Nr. 2, S. 51-84.
- Casson, M. (1982): *The Entrepreneur. An Economic Theory*, Totowa.
- Casson, M. (1990) (Hrsg.): *Entrepreneurship*, Vermont.
- Chung, L.H./Gibbons, P.T. (1997): Corporate Entrepreneurship: The Role of Ideology and Social Capital, in: *Group and Organizational Management*, 22 (1), S. 10-30.
- Churchill, N. C./Lewis, V. L. (1983): The Five Stages of Small Business Growth, in: *Harvard Business Review*, 61/3, S. 30-50.
- Cole, A. (1959): Entrepreneurship as an Area of Research, in: *Journal of Economic History* 2, S. 118-126..
- Collins, O.E./Moore, D.G. (1970): *The Organization makers: A Behavioral Study of Independent Entrepreneurs*, New York.
- Cowling, M./Taylor, M. (2001): Entrepreneurial Woman and Men: Two Different Species?, in: *Small Business Economics* 16 (3), S. 165-175.
- Cunningham, J.B./Lischeron, J.C. (1991): Defining Entrepreneurship, in: *Journal of Small Business Management*, 29, Nr. 1, S. 45-67.

- Davidsson, P./Low, M.B./Wright, M. (2001): Editor's Introduction: Low und MacMillan Ten Years ON: Achievements and Future Directions for Entrepreneurship Research, in: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, Nr. 4, Summer 2001, S. 5-15.
- Ellis, B. (1975): *Entrepreneurship in Rough Seas*, Nashville.
- Faltin, G. (1998): Das Netz weiter werfen – Für eine neue Kultur unternehmerischen Handelns, in: Faltin, G./Ripsas, S./Zimmer, J. (Hrsg.): *Entrepreneurship. Wie aus Ideen Unternehmen werden*, München, S. 3-20.
- Fiet, J.O. (2000a): The Theoretical Side of Teaching Entrepreneurship, in *Journal of Business Venturing* 16, S. 1-24.
- Fiet, J.O. (2000b): The Pedagogical Side of Entrepreneurship Theory, in: *Journal of Business Venturing* 16, S. 101-117.
- Filion, L.J. (1997): From Entrepreneurship to Entreprenology, in: Kunkel, S.W. (Hrsg.): *Entrepreneurship – The Engine of Global Economic Development*, Journal of Best Papers, 42nd World Conference of the International Council for Small Business, San Francisco.
- Fischer, D./Nicolai, A. (2000): Schumpeter, Strategie und evolutorischen Ökonomik. Eine kritische Analyse der theoretischen Wurzeln des Ressourcenorientierten Ansatzes im Strategischen Management, in: Beschoren, T./Pfriem, R. (Hrsg.): *Evolutionäre Ökonomik und Theorie der Unternehmung*, Marburg.
- Gallouj, F. (2002): *Innovation in the Service Economy. The new Wealth of Nations*, Cheltenham.
- Gartner, W.B. (1985): A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation, in: *Academy of Management Review* 10, S. 696-706.
- Gartner, W.B. (2001): Is there an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development, in: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, Nr. 4, Summer 2001, S. 27-39.
- Greene, P. (2000): Self-employment as an Economic Behavior: An Analysis of Self-Employed Women's Human and Social Capital, in: *National Journal of Sociology* 12 (1), S.1-55.
- Greene, P./Brush, C./Hart, M./Saparito, P. (2001): Patterns of Venture Capital Funding: Is Gender a Factor?, in: *Venture Capital* 3 (1), S. 63-83.
- Greiner, L.E. (1972): Evolution and Revolution as Organization Grow, in: *Harvard Business Review* 72, S. 37-46.
- Gundry, L.K./Ben-Yoesph, M. (2001): *Women Entrepreneurship in the New Millenium: Recent Progress and Future Directions for Research, Entrepreneurship Development and Teaching*, White Paper prepared for the CEAE Coleman Foundation, auf www.colemanchairs.org.
- Gutenberg, E. (1929): *Die Unternehmung als Gegenstand betriebswirtschaftlicher Theorie*, Berlin.
- Hambrick, D.C./Crozier, L.M. (1985): Stumblers and Stars in the Management of Rapid Growth, in: *Journal of Business Venturing* 1, S. 31-45.

- Hayek, F. (1945): The use of Knowledge in Society, in: American Economic Review, 35, S. 519-530.
- Heinen, E. (1969): Grundfragen der entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre, in: ZfB 39, S. 207-220.
- Heinen, E. (1978): Betriebswirtschaftliche Führungslehre: Ein entscheidungs-orientierter Ansatz, Wiesbaden.
- Herbert, F.J./Link, A.N. (1982): The Entrepreneur: Mainstream View and Radical Critiques, 2. Aufl., New York.
- Herbert, F.J./Link, A.N. (1989): In Search of the Meaning of Entrepreneurship, in: Small Business Economics 1, S. 39-49.
- Honneth, A. (1992): Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte, Frankfurt am Main.
- Hübner, H. (2001): Integratives Innovationsmanagement. Nachhaltigkeit als Herausforderung für ganzheitliche Erneuerungsprozesse, Berlin.
- Jackson, W.T./Gaulden, C./Gaster, W. (2001): Who it is and what it does: Finding the "Heffa-Preneur", in: Academy of Entrepreneurship Journal, Volume 7, Nr. 2, S. 17-29.
- Jennings, D.F. (1994): Multiple Perspectives of Entrepreneurship: Text, Readings, and Cases, Cincinnati, Ohio.
- Jennings, D.F./Lumkin, J.R. (1989): Functioning Modelling Corporate Entrepreneurship: An Empirical Integrative Analysis, Journal of management, 15 (3), S. 485-502.
- Kent, C.A./Sexton, D.L./Vesper, K.H. (1982) (Hrsg.): Encyclopedia of Entrepreneurship, New York.
- Kets de Vries, M.F.R. (1985): The Dark Side of Entrepreneurship, in: Harvard Business Review 85, S. 160-167.
- Kilby, P. (1971): Hunting the Heffalump, in: Kilby, P. (Hrsg.): Entrepreneurship and Economic Development, New York, S. 1-40.
- Kirzner, I. (1973): Competition and Entrepreneurship, Chicago.
- Kirzner, I.M. (1998): Einstieg, Faltin, G./Ripsas, S./Zimmer, J. (Hrsg.): Entrepreneurship. Wie aus Ideen Unternehmen werden, München, S. 1-2.
- Klandt, H./Knaup, U, A. (2002): FGF-Report: Gründungsprofessuren 2002. Eine Studie zum Stand der Institutionalisierung der Gründungsforschung und -lehre an deutschsprachigen Hochschulen. www.fgf-ev.de.
- Knight, F.H. (1956): On the History and Method of Economics: Selected Essays, Chicago.
- Kolshorn, R./Tomecko, J. (1998): Das unternehmerische Potential verstehen und fördern, in: Faltin, G./Ripsas, S./Zimmer, J. (Hrsg.): Entrepreneurship. Wie aus Ideen Unternehmen werden, München, S. 169-196.
- Kuratko, D.F./Hodgetts, R.M. (1998): Entrepreneurship – A Contemporary Approach, 4. Aufl., Orlando.

- Low, M.B. (2001): The Adolescence of Entrepreneurship Research: Specification of Purpose, in: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, Nr. 4, Summer 2001, S. 17-25.
- Low, M.B./MacMillan, I.C. (1988): Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges, in: *Journal of Management* 14, S. 139-161.
- Nielsen, R.P./Peters, M.P./Hisrich, R.D. (1985): Intrapreneurship Strategy for Internal Markets – Corporate, Non-Profit, and Government Institution Cases, in: *Strategic Management Journal* 6, S. 181-189.
- Pack, L. (1968): Neuere Forschungen und Erkenntnisse in der Betriebswirtschaftslehre, in: DGfB (Hrsg.): *Stabilität und Elastizität*, Berlin.
- Papenheim, D./Görisch, J./Kulicke, M. (2001): Initiativen zur Existenzgründungsförderung an deutschen Hochschulen, www.exist.de/netzwerke.
- Pfriem, R. (1996): Unternehmenspolitik in sozialökologischen Perspektiven, 2. Aufl., Marburg
- Rieger, W. (1984): Einführung in die Privatwirtschaftslehre, 3. unveränderte Aufl., (1. Aufl. 1929), Erlangen.
- Schaltegger, S./Petersen, H. (2000): Ecopreneurship – Konzept und Typologie, R.I.O Management Forum 2000, Luzern.
- Schanz, G. (1990): Die Betriebswirtschaftslehre als Gegenstand kritisch-konstruktiver Betrachtungen: Kommentare und Anregungen, Stuttgart.
- Schein, E.H. (1983): The Role of the Founder in Creating Organizational Culture, in: *Organizational Dynamics* 12, S. 13-28.
- Schmalenbach, E. (1925): Grundlagen dynamischer Bilanzlehre, 3. Aufl., Leipzig.
- Schneidewind, U. (1998): Die Unternehmung als strukturpolitischer Akteur. Kooperatives Schnittmengenmanagement im ökologischen Kontext, Marburg.
- Schumpeter, J. (1934): *Capitalism, Socialism, and Democracy*, New York.
- Schumpeter, J. (1993): *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, 8. Aufl., unveränderter Nachdruck der 1934 erschienen 4. Auflage, Berlin.
- Scott, W.A. (1933): *The Development of Economics*, New York.
- Shane, S./Venkataraman, S. (2000): The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, in: *Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 1, 217-226.
- Sharma, P./Chrisman, J.J. (1999): Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship, in: *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, S. 11-27.
- Staehele, W.H. (1999): *Management*, 8. Aufl., München.
- Swedberg, R. (2000)(Hrsg.): *Entrepreneurship. The Social Science View*, Oxford, New York.
- Ulrich, H. (1971): Der systemorientierte Ansatz in der Betriebswirtschaftslehre, in: Kortzfleisch, G.v. (Hrsg.): *Wissenschaftsprogramm und Ausbildungsziele der Betriebswirtschaftslehre*, Berlin.

- Ulrich, H. (1978): Der systemorientierte Ansatz in der Betriebswirtschaftslehre, in: Schweizer, M. (Hrsg.): Auffassungen und Wissenschaftsziele der Betriebswirtschaftslehre, Darmstadt, S. 270-291.
- VanderWerf, P./Brush, C. (1989): Toward Agreement on the Focus of Entrepreneurship Research: Progress without Definition, paper presented at the National Academy of Management, Washinton, D.C.
- Venkataraman, S. (1997): The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: An Editor's Perspective, in: Katz, J./Brockhaus, R. (Hrsg.): Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth, Vol. 3, Greenwich, S. 119-138.
- Vesper, K.H. (1984): Three Faces of Corporate Entrepreneurship: A Pilot Study, in: Hornaday, J.A./Tarplay, Jr., F./Timmons, J.A./Vesper, K.H. (Hrsg.): Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley MA, S. 294-326.
- Vesper, K.H./Gartner, W.B. (2002): University Entrepreneurship Programs, University of Southern California, Lloyd Greif Center for Entrepreneurial Studies, www.marshall.usc.edu/entrepreneur.
- Wren, D.A. (1987): The Evolution of Management Thought, New York.
- Zahra, S.A. (1993): A Conceptual Model of Entrepreneurship as a Firm Behavior: A Critique and Extension, in: Entrepreneurship Theory and Practice, 17 (4), S. 5-21.
- Zahra, S.A./Jennings, D.F./Kuratko, D.F. (1999): The Antecedents and Consequences of Firm-Level Entrepreneurship: The State of the Field, in: Entrepreneurship Theory and Practice, Winter, S. 45-63.
- ZEW (2002): Die Bereitstellung von Standardauswertungen zum Gründungsgeschehen in Deutschland und Österreich für externe Datennutzer, auf www.zew.de.