

**Florian Kirschenhofer**

**Habitual Entrepreneurs:  
Einflussfaktoren auf die  
langfristigen Erfolge von  
Mehrfachgründern**



**PETER LANG**

Internationaler Verlag der Wissenschaften

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	13
Tabellenverzeichnis.....	15
Abkürzungsverzeichnis .....	17
<b>Kapitel 1: Problemstellung und Vorgehensweise: „Habitual Entrepreneur“ – Einflussfaktoren auf die langfristige Wertschöpfung von Mehrfachgründern.....</b>	<b>19</b>
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung.....	19
1.2 Forschungsfrage und Zielsetzung.....	21
1.3 Methodische Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit.....	22
1.4 Arbeitsdefinitionen und begriffliche Anmerkungen .....	26
1.4.1 Arbeitsdefinitionen.....	26
1.4.2 Definition der „Opportunity“.....	27
<b>Kapitel 2: Unternehmensstrategie, Entrepreneurship und der „habitual Entrepreneur“ .....</b>	<b>29</b>
2.1 Grundlagen aus der Strategielehre.....	29
2.1.1 Die Bedeutung von Ressourcen für die Entwicklung und Umsetzung einer Unternehmensstrategie.....	29
2.1.1.1 Wettbewerbsvorteile durch Ressourcen.....	29
2.1.1.1.1 Der ressourcenbasierte Ansatz.....	30
2.1.1.1.2 Wettbewerbsvorteile durch Verbindungen .....	31
2.2 Entrepreneurship und der Entrepreneur .....	32
2.2.1 Begriffliche Grundlagen.....	32
2.2.1.1 Historische Herleitung und Definition des Begriffes „Entrepreneurship“ .....	32
2.2.1.2 Historische Herleitung und Definition des „Entrepreneurs“ .....	34
2.2.2 Entrepreneurship als kontinuierlicher Prozess und die Rolle des Entrepreneurs .....	36
2.3 Einfluss des ressourcenbasierten und des verbindungs-basierten Ansatzes auf Entrepreneurship .....	38
2.4 Definitionen im Zusammenhang mit „habitual Entrepreneur“ .....	40

2.4.1	Der „novice Entrepreneur“ .....	40
2.4.2	Der „habitual Entrepreneur“ .....	41
2.4.3	Untergruppen des „habitual Entrepreneurs“ .....	43
2.4.3.1	Serial Entrepreneur.....	44
2.4.3.2	Parallel Entrepreneur.....	46
Kapitel 3: Habitual Entrepreneure: Stand der Forschung.....		49
3.1	Entwicklung der Forschung.....	49
3.2	Motivation der „habitual Entrepreneure“.....	50
3.2.1	Opportunist vs. Craftsman.....	51
3.2.2	Risikodiversifikation .....	52
3.2.3	Wachstumsaussichten.....	52
3.2.3.1	Entrepreneurial Groups .....	53
3.2.3.2	Weitere wachstumsorientierte Motivationen .....	54
3.2.4	Steuerliche Aspekte.....	54
3.2.5	Familiäre Aspekte .....	55
3.2.5.1	Absicherung der Familie .....	55
3.2.5.2	Familiäre Aspekte, welche zusätzliche „entrepreneurial“ Aktivitäten begünstigen.....	56
3.3	Vor- und Nachteile von „habitual Entrepreneuren“ gegenüber „novice Entrepreneuren“ .....	56
3.3.1	Soziale Netzwerke als Einflussfaktoren auf den Erfolg von „habitual Entrepreneuren“ .....	59
3.3.1.1	Die Rolle des Netzwerkes von „habitual Entrepreneuren“ bei der Identifizierung neuer „Opportunities“ .....	59
3.3.1.2	Niedrigere Barrieren bei der Erlangung von Kapital.....	60
3.3.1.2.1	Vorteile von „habitual Entrepreneuren“ bei der Finanzierung schnellwachsender Unternehmen durch persönliche Kontakte .....	61
3.3.1.2.2	Nachteile von „habitual Entrepreneuren“ bei der Finanzierung schnellwachsender Unternehmen durch persönliche Kontakte .....	62
3.3.1.3	Einfluss des Netzwerkes von „habitual Entrepreneuren“ auf die Anwerbung geeigneter Mitarbeiter.....	64
3.3.1.4	Starke Verbindungen innerhalb von Netzwerken und ihre Auswirkungen auf den Erfolg von „habitual Entrepreneuren“ .....	64
3.3.1.5	Zusammenfassung.....	65
3.3.2	Expertise und Reputation .....	66
3.3.2.1	Einfluss der Expertise und Reputation auf die Identifizierung und Umsetzung von „Opportunities“.....	67
3.3.2.2	Vertrautheit mit Produkt, Markt und Vorgehen aufgrund von Erfahrung .....	68

3.3.2.3	„Abgedroschenheit“ der Geschäftsidee und Ignoranz neuer Situationen und Konkurrenten.....	68
3.3.2.4	Erfolgssyndrom und Erwartungshaltung der Umwelt.....	70
3.3.2.5	Zusammenfassung.....	72
3.3.3	Zusätzliche Vor- und Nachteile.....	73
3.3.3.1	Transfer von Ressourcen in neue Projekte.....	73
3.3.3.2	Leistungsmotivation und „habitual Entrepreneur“.....	74
3.3.3.3	Zusammenfassung.....	75
3.4	Zusammenfassung des Forschungsstandes.....	76
3.5	Darstellung weiteren Forschungsbedarfs und dessen Umsetzung im Rahmen dieser Arbeit.....	77
<b>Kapitel 4: Einflussfaktoren auf die langfristige Wertschöpfung von „habitual Entrepreneur“.....</b>		<b>81</b>
4.1	„No man is an island“ – Soziale Netzwerke.....	81
4.1.1	Kurze Einführung in das Thema „Soziale Netzwerke“.....	81
4.1.2	Netzwerkmessungen.....	84
4.1.2.1	Intensität – schwache und starke Verbindungen.....	84
4.1.2.2	Strukturelle Löcher.....	86
4.1.2.3	Netzwerkdichte und die Zentralität des Akteurs.....	87
4.1.2.4	Diversifizierung des Netzwerkes.....	89
4.1.3	Entstehung sozialer Netze – Evolutionstheorien.....	89
4.1.3.1	Spieltheorie und Netzwerke.....	89
4.1.3.2	Transaktionskostentheorie und Netzwerke.....	91
4.1.3.3	Der ressourcenbasierte sowie der beziehungs-basierte Ansatz im Zusammenhang mit Netzwerken.....	92
4.1.4	Soziale Netzwerke und Entrepreneurship.....	93
4.1.4.1	Soziale Netzwerke und Ressourcen.....	93
4.1.4.2	Entwicklung der Netzwerke von Entrepreneur.....	94
4.1.5	Zusammenhang zwischen sozialen Netzwerken und „habitual Entrepreneur“.....	95
4.2	Leistungsmotivation.....	96
4.2.1	Die drei Motivationstypen nach McClelland.....	96
4.2.2	Messung der Leistungsmotivation.....	97
4.2.3	Beeinflussung der Leistungsmotivation.....	99
4.2.4	Einfluss der Leistungsmotivation auf den wirtschaftlichen Erfolg... ..	101
4.2.4.1	Zusammenhang zwischen Leistungsmotivation und Erfolg von Managern und anderen Führungspersönlichkeiten.....	101
4.2.4.2	Unterschiedliche Leistungsziele bei hoch und niedrig motivierten Personengruppen.....	102

4.2.5	Zusammenhang zwischen Leistungsmotivation und Entrepreneurship, speziell „habitual Entrepreneurship“ .....	103
4.3	Vorherige Erfahrung als Entrepreneur .....	104
4.3.1	Arten von Erfahrung .....	106
4.3.1.1	Dauer der Erfahrung .....	106
4.3.1.2	Intensität der Erfahrung .....	107
4.3.1.3	Unterschiedliche Erfahrungen .....	107
4.3.2	Erfahrung als aufgebauter Bestand gegenüber Erfahrung als Fluss..	109
4.3.2.1	Verfall der Erfahrungswerte .....	109
4.3.2.2	Negativer Einfluss von Erfahrung .....	110
4.3.3	Zusammenhang zwischen Erfahrung und „habitual Entrepreneurship“ .....	111
4.4	Fazit sowie Darstellung der weiteren Vorgehensweise und des Untersuchungsziels .....	112
Kapitel 5: Qualitative Untersuchung in Bezug auf den Einfluss der ausgewählten Faktoren auf den Erfolg von „habitual Entrepreneurship“ .....		115
5.1	Auswahl der Fallstudien und Darstellung des Analyseleitfadens .....	115
5.1.1	Darstellung der beiden Fallstudien .....	115
5.1.2	Der Analyseleitfaden .....	115
5.2	Fallstudien und Schlussfolgerungen .....	116
5.2.1	Fallstudie A und Schlussfolgerung: Der „parallel Entrepreneur“ .....	116
5.2.1.1	Die unternehmerische Entwicklung von Entrepreneur A .....	116
5.2.1.2	Das Netzwerk von Entrepreneur A .....	120
5.2.1.3	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen .....	123
5.2.2	Fallstudie B und Schlussfolgerung: Der serial Entrepreneur .....	125
5.2.2.1	Die unternehmerische Entwicklung von Entrepreneur B .....	125
5.2.2.2	Das Netzwerk von Entrepreneur B .....	129
5.2.2.3	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen .....	131
5.3	Entwicklung fallübergreifender Annahmen zur Erkenntnisgewinnung .....	132
5.3.1	Annahmen über die Einflussnahme sozialer Netzwerke auf den Erfolg von „habitual Entrepreneurship“ .....	133
5.3.2	Annahmen über die Bedeutung der Leistungsmotivation für den Unternehmenserfolg von „habitual Entrepreneurship“ .....	137
5.3.3	Annahmen über die Auswirkungen vorhergehender Erfahrung im Bereich Entrepreneurship auf den Erfolg von „habitual Entrepreneurship“ .....	138

Kapitel 6: Quantitative Untersuchung .....	141
6.1 Darstellung der Methode .....	141
6.2 Herleitung der zu überprüfenden Hypothesen .....	142
6.2.1 Hypothesen bezüglich sozialer Netzwerke .....	142
6.2.2 Hypothesen bezüglich Leistungsmotivation .....	143
6.2.3 Hypothesen bezüglich der vorherigen Erfahrung von „habitual Entrepreneuren“ .....	143
6.3 Aufbau der Studie .....	144
6.3.1 Aufbau des Fragebogens .....	144
6.3.2 Auswahl der Grundgesamtheit .....	147
6.3.3 Auswahl der abhängigen Variable .....	148
6.3.4 Auswahl der unabhängigen Variablen .....	151
6.4 Ergebnisse der empirischen Forschung .....	154
6.4.1 Darstellung der deskriptiven Ergebnisse .....	154
6.4.2 Ergebnisse der Regressionsanalyse .....	158
6.5 Zusammenfassung der Ergebnisse der Studien .....	161
Kapitel 7: Diskussion der Ergebnisse .....	163
7.1 Diskussion und Interpretation der deskriptiven Analyse .....	163
7.2 Diskussion und Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf soziale Netzwerke .....	170
7.3 Diskussion und Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf Leistungsmotivation .....	173
7.4 Diskussion und Interpretation der Ergebnisse in Bezug auf vorherige Erfahrung von „habitual Entrepreneuren“ .....	175
Kapitel 8: Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen .....	177
8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse .....	177
8.2 Limitierungen der Studie und weiterer Forschungsbedarf .....	179
8.3 Ableitung von Handlungsempfehlungen aus der Arbeit für die Praxis .....	181
8.3.1 Handlungsempfehlungen für den Entrepreneur .....	182
8.3.2 Handlungsempfehlungen für die Lehre .....	183
8.3.3 Handlungsempfehlungen für die Gründerberatung .....	184

8.4	Schlussbemerkung .....	185
	Literaturverzeichnis.....	189
	Referenzen aus dem Internet .....	230
	Anhang 1: Anschreiben zur Umfrage .....	231
	Anhang 2: Fragebogen .....	232
	Anhang 3: Ergebnisse des t-Tests.....	238