

Carina Lomborg

Kreativität im Kontext von Corporate Entrepreneurship

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Tobias Kollmann



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Akronymverzeichnis.....	XVII
1 Einleitung.....	1
1.1 Motivation	1
1.2 Problemstellung und Zielsetzung.....	2
1.3 Gang der Arbeit.....	5
2 Status quo der Forschung	9
2.1 Corporate Entrepreneurship	9
2.1.1 Corporate Entrepreneurship auf organisationaler Ebene.....	13
2.1.1.1 Entrepreneurial Orientation	14
2.1.1.2 Entrepreneurial Management.....	20
2.1.1.3 Ambidextrous Management.....	23
2.1.2 Corporate Entrepreneurship auf Individualebene.....	25
2.1.2.1 Organisationale Faktoren	25
2.1.2.2 Persönlichkeitsmerkmale	29
2.1.2.3 Emotionale Faktoren	32
2.2 Kreativität in Organisationen	35
2.2.1 Kreativität – der Versuch einer Definition	36
2.2.2 Persönlichkeitsmerkmale und Kreativität.....	41
2.2.2.1 Persönlichkeit	42
2.2.2.2 Kognitionen	46
2.2.2.3 Emotionen	49

2.2.3	Der Einfluss kontextueller Faktoren auf Kreativität	52
2.2.3.1	Tätigkeit.....	52
2.2.3.2	Organisationales Umfeld	54
2.2.3.3	Führungsverhalten.....	56
2.3	Zwischenfazit: Corporate Entrepreneurship und Kreativität	62
3	Theoretischer Bezugsrahmen	65
3.1	Kreativitätstheorien	65
3.1.1	Multiplikative Modelle kreativer Leistung.....	65
3.1.2	Interaktionismus-Theorie	67
3.1.3	Theorie multipler sozialer Domänen	68
3.1.4	Komponenten-Theorie	68
3.2	Motivationspsychologische Theorien	72
3.2.1	Erwartungswerttheorien	73
3.2.2	Rubikonmodell der Handlungsphasen.....	76
3.2.3	Handlungskontrolltheorie.....	82
3.2.4	PSI Theorie.....	85
3.3	Herleitung der Hypothesen und Modellbildung	93
3.3.1	Der medierende Einfluss von Emotionen.....	93
3.3.2	Der moderierende Einfluss der Handlungskontrolle	99
4	Empirische Untersuchung	105
4.1	Die Wahl der Erhebungsmethode	105
4.1.1	Fragebogendesign.....	105
4.1.1.1	Merkmale online durchgeführter Befragungen	106
4.1.1.2	Teilnehmeransprache und -motivation	108
4.1.1.3	Reihenfolge der Items	110

4.1.2	Experimenteller Teil.....	112
4.1.2.1	Vor- und Nachteile experimenteller Designs	112
4.1.2.2	Ausgestaltung des Experiments	115
4.2	Operationalisierung der Variablen.....	117
4.2.1	Kreative Leistung	119
4.2.1.1	Assoziationsflüssigkeit	120
4.2.1.2	Spontanflexibilität	120
4.2.2	Feedback.....	121
4.2.3	Emotionen.....	122
4.2.4	Handlungskontrolle	123
4.2.4.1	Handlungsorientierung bei der Handlungsplanung..	124
4.2.4.2	Handlungsorientierung nach Misserfolg	125
4.3	Datenerhebung.....	125
4.3.1	Pretest	126
4.3.2	Grundgesamtheit und Durchführung der Erhebung	126
4.3.3	Verwertbarkeit und Aufbereitung der Daten	132
4.3.4	Repräsentativität und Verzerrungen der Daten	134
4.4	Datenauswertung.....	142
4.4.1	Zur Wahl des Analyseverfahrens.....	142
4.4.2	Deskriptive Ergebnisse.....	151
4.4.3	Gütebeurteilung auf Messmodellebene	153
4.4.3.1	Gütebeurteilung der PANAS Skalen (t_2).....	163
4.4.3.2	Gütebeurteilung der Faktoren ΔPA und ΔNA	166
4.4.3.3	Gütebeurteilung der PANAS Skalen (t_1).....	168
4.4.3.4	Abschließende Gütebeurteilung der Messmodelle...	172

4.4.4 Gütebeurteilung auf Strukturmodellebene und Hypothesenprüfung	174
4.4.4.1 Überprüfung des mediiierenden Einflusses von Emotionen	175
4.4.4.2 Überprüfung des moderierenden Einflusses der Handlungskontrolle.....	179
5 Diskussion der Ergebnisse	185
5.1 Bewertung der Ergebnisse hinsichtlich der Forschungsfragen	185
5.2 Implikationen für die wissenschaftliche Forschung	188
5.3 Implikationen für die unternehmerische Praxis.....	192
5.4 Limitationen der Studie und Ansatzpunkte für weitere Forschung	194
5.5 Resümee	199
Literaturverzeichnis	203
Anhang.....	279
A Abbildungen	279
B Tabellen	280