

Ulrich Blum/Frank Leibbrand (Hrsg.)

Entrepreneurship und Unternehmertum

Denkstrukturen für eine neue Zeit

Unter Mitarbeit von:

Burkhard Danz, Werner Gleißner,
Armin Schaller, Michael Veltins



• ; •INHALTSVERZEICHNIS. ' V

Vorwort.....	V
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	xvii
TABELLENVERZEICHNIS.....	XXI
TEIL I: MOTIVATION - ENTREPRENEURSHIP ALS ALLGEMEINE HANÖLUNGSMAXIME.....1	
1. Entrepreneurship oder wie man ein Unternehmen denken muß.....	3
1.1 Von Unternehmern und Ehtrepreneuren.....	3
1.1.1 Die Relevanz der.Entrepreneure....?.....	3
1.1.2 Die Begriffe „Unternehmer“ und „Entrepreneur“.....	6
1.2 ' Die Erforschung des Unternehmers: :.....	9
1.2.1 Die Historie desUritemehmfS iher ökonomischen Theorie.....	9
1.2.2 Methodische Probleme der Uritnehmerforschung'.....	15
1.2.3 Inhalte der Uritnehmerforschung.....	18
1.2.4 Die Managementwissenschaft und ihr Unternehmer.....	23
1.2.5 Resümeee.....	24
1.3 Unsere Auffassung von Entrepreneurship.....	26
1.4 Entrepreneure und ynternehmenserfolg.....	34
.1.5 Kriterien eines Entrepreneurslip^Lehrprogramms./.....	39
* > 1.5.1 - Ist Entrepreneurship lehbar?.....	39
1.5.2 Lehrbare Fähigkeiten eines Entrepreneurs.....	43
> ' 1.5.3 Sinnvolle Erweiterungen des'Lehrprogramms für Entrepreneure'.).;.....	47
1.5.4 Leseanleitung.....	50
1.6 Literatur.....	52
2. Unternehmensgründlingen und'-Insolvenzen.....	57
2.1- Einordnungen das'Entrepreneurship.....	57
2.2 Unternehmensgründungen.in.den 90er Jahren- die Dynamik in nackten Zahlen...-.....	61
2.2.1 Das Fehlen einer Gründerstatistik oder die Suche nach der richtigen Datenbasis:.....	61
2.2.2 Gründungsturbulenzen: Gewerbean- und -abmeldungen.....	63

2.2.3	Selbständig-originäre Unternehmensgründungen und -liquidationen des Instituts für Mittelstandsforschung.....	81
2.2.4	Neue Selbständigkeit nach dem sozio-ökonomischen Panel (SOEP).....	85
2.3	Insolvenzen.....	87
2.3.1	Empirischer Befund.....	87
2.3.2	Insolvenzgründe.....	< 99
2.3.3	Insolvenzrechtliche Aspekte.....	100
2.4	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	106
2.5	Literatur.....	108
3.	Gründungsforschung.....	111
3.1	Einordnung in das Entrepreneurship.....	111
3.2	Ein kurzer Überblick über die Gründungsforschung.....	112
3.2.1	Betriebliche Gründungsaktivität.....	114
3.2.2	Erfolgs- und Entwicklungschancen neugegründeter Betriebe.....	117
3.2.3	Staatliche Förderung von Betriebsgründung.....	120
3.3	Neuere Studien zur Charakterisierung der Neuen Selbständigkeit.....	125
3.3.1	Untersuchungen des DIW zur Neuen Selbständigkeit.....	125
" < 3.3.2	Struktur der selbständigen Akademiker nach einer Studie desZEW.....	129
3.3.3	Unternehmensgründungen aus der Arbeitslosigkeit heraus.....	130
3.3.4	GILBRATS Lawoder der Zusammenhang zwischen Größe und Wachstum bei Existenzgründungen.....	131
3.3.5	Die Schätzung von Überlebenswahrscheinlichkeiten aus Exit-Kohorten.....	131
3.3.6	Erfolgsfaktoren von Wachstumsführern.....	134
3.3.7	Wie beeinflusst die Person des Unternehmensgründers den Unternehmenserfolg?.....	135
3.3.8	Überlebens- und Wachstumschancen neugegründeter Betriebe in der Region Leipzig.....	143
3.3.9	Existenzgründer im Ost-West-Vergleich: Die Studie von DICKWACH und JUNGBAUER-GANS.....	145
3.3.10	Unternehmensnachfolge - Untersuchungen des IW.....	147
3.3.11	Technologie- und Gründerzentren (TGZ) in Deutschland.....	148
3.3.12	Wirkungen des KfW- und des ERP- Innovationsprogramms.....	153
3.4	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	154
3.5	Literatur.....	156

TEIL II: LANGFRISTIGE PLANUNG UND STRATEGISCHES VERHALTEN.....161

4. Trends und Frühaufklärung: das fundierte Orakel..... 163

4.1 Einordnung in das Entrepreneurship.....163'

4.2 Verfahren der Trendanalyse164

4.2.1 Szenarien.....164

4.2.2 Prognosen.....166

4.2.3 Frühwarnsysteme167

4.2.4 Frühwarnsysteme und Risikomanagement..... 171

4.3 Globale Megatrends.....171

4.3.1 Welche Trends dominieren die Zukunft?.....171

4.3.2 Sinkende Transaktionskosten.....173

4.3.3 Die Struktur der Transaktionskosten und der institutionelle Wandel.....173

4.3.4 Konkrete Megatrends im Konsumentenbereich..... 182

4.4 Zusammenfassung/wesentlicher Aspekte..... 184

4.5 Literatur.....185

5. Entrepreneurship zwischen Rationalität und Emotionalität.....187

5.1 Einordnung in das Entrepreneurship.....187

5.2 Rationale Entscheidungsmodelle des Individuums189

5.2Ü Überblick.....189

5.2.2 Rationale Entscheidung unter Sicherheit..... 191

5.2.3 Rationale Entscheidung unter Unsicherheit.....192

5.3 Alternative Handlungsmodelle.....195

5.3.1 Bounded Rationality.....195

• 5.3.2 Inkrementalismus195

5.3.3 Evolutionsökonomie.....196

5.3.4 Heuristisches Verhalten.....197

5.3.5 Das Handlungsmodell der Psychologie.....199

"^ 5.3.6 Die Handlungsregulation - ein systemisches, ; > psychologisches Modell.....199

5.3.7 Soziologische Lebensweltkonzepte.....202

5.3.8 Prospect-Theorie^ein deskriptiv intendierter Rational-, Choice-Approach der Psychologie.....203

5.3.9 Die Vielfalt der Verhaltensmodellierung.....205

5.4 Strategisches Wettbewerbsverhalten im Oligopol.....205

5.4.1 Homogene Produkte.....206

5.4.2 Inhomogene Produkte.....211

5.5	Nichtkooperative Spiele.....	215
5.5.1	Grundlagen.....	215
5.5.2	Dilemmastrukturen.....	219
5.6	Signale und Preissetzung.....	222
5.7	Strategisches Management - der Aufbau eines - Wettbewerbsvorteils.....	224
5.8	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	225
5.9	Literatur.....	228
TEIL III: DIE UMSETZUNG VON STRATEGIE- UND RISIKOMANAGEMENT.....		233
6.	Erfolgsfaktoren, Strategien und Geschäftspläne von Entrepreneurien....	235
6.1	Einordnung in das Entrepreneurship.....	235
6.2	Erfolgsfaktoren von Unternehmen - theoretische Erklärungsansätze.....	237
6.2.1	Ressourcenorientierte Ansätze: Stärken und Schwächen.....	238
6.2.2	Industrieökonomischer Ansatz: „structure-conduct- performance-Hypothese“.....	239
6.2.3	Strategische Trägheit.....	242
6.2.4	Psychologische Handlungsanomalien/Handlungsfehler.....	243
6.2.5	Handel und Markt.....	245
6.2.6	Zusammenfassung.....	246
6.3	Erfolgsfaktoren von Unternehmen - empirische Ergebnisse.....	247
6.4	Erfolgsfaktoren bei Existenzgründungen - empirische Untersuchungen.....	252
6.5	Konsequenzen für die Beurteilung von Gründungskonzepten.....	255
6.6	Umfeld- und Branchenanalysen.....	257
6.6.1	Allgemeine Charakterisierung der Branche.....	258
6.6.2	Konjunktur und Wachstum.....	259
6.6.3	Synthese: Marktattraktivität und Wettbewerbskräfte.....	259
6.6.4	Kaufkriterien.....	260
6.6.5	Betriebswirtschaftliche Vergleichszahlen.....	261
6.7	Geschäftspläne.....	261
6.7.1	Intention von Geschäftsplänen bei Unternehmensgründungen.....	261
6.7.2	Inhalt des Existenzgründungsplans.....	262
6.8	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	272

6.9	Anhang 1: Faustregeln für unternehmerische Entscheidungen - ein Entscheidungskompaß.....	273
6.9.1	Die Relevanz betriebswirtschaftlicher Methoden - und ihre Probleme in der Praxis.....	273
6.9.2	Ein Leitfaden von Faustregeln - eine Ergänzung zu traditionellen Methoden.....	275
6.9.3	Faustregeln: die Sichtweise der psychologischen Handlungstheorie	278
6.9.4	Der Entscheidungskompaß: Die wichtigsten Faustregeln in der Übersicht.....	282
6.9.5	Zusammenfassung.....	287
6.10	Anhang 2: Existenzgründungsberatungsbericht.....	288,
6.11	Anhang 3: Hilfsmittel.....	309
6.11.1	Bewertungsbogen des Gründungskonzeptes.....	309
6.11.2	Marktattraktivität und Wettbewerbskräfte: Der PORTER-Ansatz.....	311
6.11.3	Anhaltswerte für betriebswirtschaftliche Kennzahlen.....	316
6.12	Literatur.....	318
7.	Venture Capital^ „Smart Money“ für. Entrepreneurre :.....	321
7.1	Einordnung in das Entrepreneurship.....	321
7.2	Finanzplanung im Rahmen des Business Plans und Mittel der Gründungsfinanzierung.....	323
7.2.1	Finanzplanung.....	323
7.2.2	Finanzierungsquellen und Finanzierungsstruktur.....	324
7.2.3	Interne und externe Finanzierungsquellen für Unternehmensgründungen	325
7.2.4	Die Bedeutung von externen Eigenfinanzierungsmitteln für die „Entrepreneurial Finance“.....	329
7.3	Venture Capital:• Besonderheiten gegenüber traditionellen -Finanzierungsformen.....	331
7.3.1	Begriffsabgrenzung und Einordnung in die Struktur der Finanzierungsformen	331
7.3.2	Überdurchschnittliche Renditeerwartungen bei umfassender Betreuung.....	333
7.4	Venture Capital im Kontext der ökonomischen Theorie.....	T334
7.5	Der deutsche Venture-Capital-Märkte im Überblick.....	337
7.5Ü	Historie und Entwicklung des deutschen Venture-Capital- Marktes.....	337

7.5.2	Die deutsche VC-Marktentwicklung im internationalen Vergleich.....	340
7.6.	Modalitäten einer Venture Capital-Finanzierung.....	341
7.6.1	Klassische VC-Finanzierungsphasen.....	341
7.6.2	Finanzierungsmodelle.....	344
7.6.3	Ablauf einer VC-Finanzierung.....	345
7.6.4	Arten von VC-Gesellschaften.....	350
7.6.5	Beteiligungsbörsen und Beteiligungsvermittlung.....	354
7.7	Entwicklungspotentiale für den deutschen VC-Markt.....	355
7.8	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	358
7.9	Literatur.....	359
8.	Wertorientiertes Risikomanagement für Entrepreneur.....	363
8.1	Einordnung in das Entrepreneurship.....	363
8.2	Der Denkraum des Entrepreneurs: Das Paradigma der Wertorientierung.....	364
8.3	Risikomanagement im Kontext der wertorientierten Unternehmensführung.....	370
8.4	Bedeutung des Risikomanagements für Existenzgründer.....	373
8.5	Kernfragen eines strategischen Risikomanagements.....	374
8.5.1	Welche Faktoren bedrohen Erfolg und Erfolgspotentiale?.....	374
8.5.2	Welche Kernrisiken soll das Unternehmen selbst tragen?.....	375
8.5.3	Welcher risikoorientierte Erfolgsmaßstab ist die Basis der Unternehmenssteuerung?.....	376
8.5.4	Wieviel Eigenkapital ist als „Risikodeckungspotential“ nötig?.....	378
8.6	Risikomaße und Risikokategorien.....	380
8.6.1	Marktisiko.....	381
8.6.2	Leistungsrisiko.....	381
8.6.3	Kostenstrukturrisiko („Operating Leverage“),.....	382
8.6.4	Finanzstrukturrisiko („Financial Leverage“),.....	382
8.6.5	Das Gesamtrisiko.....	382
8.7	Elemente eines Risikomanagementsystems.....	385
8.7.1	Risikoanalyse.....	385
8.7.2	Risikoaggregation.....	387
8.7.3	Risikobewältigung.....	389
8.7.4	Organisatorische Gestaltung von Risikomanagementsystemen und Monitoring.....	390

8.8	Maßnahmen zur Optimierung der Risikoposition.....	390
• 8.8.1	Finanzieller Bereich.....	391
8.8.2	Marketing.....	392
8.8.3	Organisation, Mitarbeiter, Führung, Planung.....	392
8.9	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	393
8.10	Anhang: Erläuterungen zur Fundamentalgleichung.....	393
8.11	Literatur.....	395
TEIL IV: DER STAAT ALS ENTREPRENEUR.....		397
9.	Standortwettbewerb und staatliche Förderung.....	399
9.1	Einordnung in das Entrepreneurship.....	399
9.2 ¹	Der Staat als Standortproduzent.....	400
9.2.1	Standorte als Ergebnis hoheitlichen Handelns.....	400
9.2.2	Die Vermarktung von Standorten.....	401
9.3	Ziele und Instrumente der Strukturpolitik.....	402
9.3.1	Regionale und sektorale Strukturpolitik.....	402
9.3.2'	Legitimation des Staatseingriffs in der Strukturpolitik.....	404
9.4	Die einzelbetriebliche Förderung.....	406
9.4.1	Ziele.....	406
9.4.2	Die staatliche Förderung als Anreizproblem bei Informationsasymmetrie.....	406
9.4.3	Mitnahmeeffekte und rent-seeking.....	408
9.4.4	Der regionale Ansatz.....	409
9.4.5	Theorie der Exportbasis.....	410
9.5	Der Erfolg von Ansiedlungen in strukturschwachen Räumen.....	413
9.5.1	Kriterien des Ansiedlungserfolgs.....	413
9.5.2	Verflechtungsanalyse und Schlüsselsektoren.....	414
9.5.3	Fertigungsorganisation und indirekt geschaffene Beschäftigung.....	416
9.5.4	Räumliche Implikationen.....	419
9.5.5	Marktintegration, Beschäftigungs- und Absatzreichweite.....	419
9.5.6	Wirkungen der Förderung auf die Kapitalstruktur der Unternehmen.....	420
9.6	Zusammenfassung wesentlicher Aspekte.....	421
9.7	Literatur.....	423

11.3	Unternehmenskäufe.....	510
11.3.1	Einleitung.....	510
11.3.2	Das vorvertragliche Verhältnis zwischen Verkäufer und Käufer.....	511
11.3.3	Der Kaufvertrag.....	514
11.3.4	Einzelrechtsnachfolge an allen oder einzelnen Unternehmensbestandteilen (Asset Deal).....	515
11.3.5	Der Beteiligungserwerb (Share Deal).....	520
r=>	11.3.6 Der Kaufpreis.....	522
11.4	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	524
11.5	Literatur.....	525
12.	Wettbewerbs-, Produkthaftungs- und Arbeitsrecht.....	527
12.1	Einleitung und Einordnung in das Entrepreneurship.....	527
12.2	Wettbewerbsrechtliche Aspekte.....	528
12.2.1	Einführung.....	528
12.2.2	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB).....	529
12.2.3	Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG).....	537
12.2.4	Schutz von Patenten, Gebrauchsmustern und Marken.....	546
12.3	Produkthaftungsrecht.....	548
12.3.1	Das Produkthaftungsgesetz vom 1. Januar 1990.....	548
12.3.2	Deliktische Produkthaftungsansprüche.....	549
12.4	Arbeitsrecht.....	551
12.4.1	Das Arbeitsrecht im Rechtssystem.....	551
12.4.2	Individualarbeitsrecht.....	556
12.4.3	Kollektives Arbeitsrecht.....	573
12.5	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte.....	578
12.6	Literatur.....	581
	AUTORENVERZEICHNIS.....	585
	SACHWORTVERZEICHNIS.....	591
	AUTORENPROFILE.....	611